

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO INTERDISCIPLINAR EM DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL DO TRÓPICO ÚMIDO
CURSO INTERNACIONAL DE MESTRADO EM PLANEJAMENTO DO
DESENVOLVIMENTO

Geany C. Carvalho Martins

A DINÂMICA DO TURISMO RURAL DAS FAZENDAS
PECUARISTAS DA ILHA DO MARAJÓ

Belém
2005

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO INTERDISCIPLINAR EM DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL DO TRÓPICO ÚMIDO
CURSO INTERNACIONAL DE MESTRADO EM PLANEJAMENTO DO
DESENVOLVIMENTO

Geany C. Carvalho Martins

A DINÂMICA DO TURISMO RURAL DAS FAZENDAS
PECUARISTAS DA ILHA DO MARAJÓ

Dissertação apresentada como requisito para a
obtenção do grau de Mestre em Planejamento do
Desenvolvimento.

Orientador: Prof. Dr. Índio Campos

Belém
2005

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

Martins, Geany C. Carvalho

A Dinâmica do turismo rural das fazendas pecuaristas da Ilha do Marajó/ Geany C. Carvalho Martins. – 2005.

158f: il.; 23 cm

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Pará, Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Curso Internacional de Mestrado em Planejamento do Desenvolvimento. Belém, 2005.

Inclui bibliografias

1. Turismo. – Propriedade rural – Ilha do Marajó (PA). 2. Fazendas – Uso recreativos – Ilha do Marajó (PA). 3. Turismo – Soure (PA) – Salvaterra (PA) I. Título.

CDD 21.ed. 338.4791098115

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE ALTOS ESTUDOS AMAZÔNICOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO INTERDISCIPLINAR EM DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL DO TRÓPICO ÚMIDO
CURSO INTERNACIONAL DE MESTRADO EM PLANEJAMENTO DO
DESENVOLVIMENTO

Geany C. Carvalho Martins

A DINÂMICA DO TURISMO RURAL DAS FAZENDAS
PECUARISTAS DA ILHA DO MARAJÓ

Dissertação apresentada como requisito para a obtenção
do grau de Mestre em Planejamento do Desenvolvimento.

Local e data da defesa: Belém, 08.09.2005

Banca Examinadora

Prof. Dr. Índio Campos
Orientador, NAEA/UFPA

Prof. Dr. Fábio Carlos da Silva
Examinador, NAEA/UFPA

Prof. Dr. Fábio Carlos da Silva
Examinador, UFRA

Esta dissertação foi apoiada pelo “Programa de financiamento de bolsas de mestrado vinculadas à pesquisa Micro e Pequenas Empresas em Arranjos Produtivos Locais no Brasil”. O programa foi realizado através do convênio celebrado entre a Fepese/UFSC e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE-NA), que concedeu a bolsa de estudo e o suporte financeiro para a pesquisa de campo e foi coordenado pelo Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia do Departamento de Economia da Universidade Federal de Santa Catarina.

RESUMO

Em vários países e no Brasil o turismo rural se coloca como uma alternativa de diversificação das atividades e de renda para as propriedades rurais. O turismo rural como forma de diversificação das atividades rurais surge, por um lado, como uma alternativa para aquelas propriedades que não conseguiram se adaptar às novas condições de mercado e, por outro, em razão da grande segmentação da atividade turística. Sob a abordagem dos arranjos produtivos locais, este trabalho analisa as interações entre os micro e pequenos empreendimentos e entre estes e os outros agentes envolvidos na atividade de turismo rural em Soure e Salvaterra, na Ilha do Marajó/Pará. Esse enfoque permite compreender não somente os processos de interação comercial, mas também os relacionados aos fluxos de informação e aprendizado entre os diversos agentes do arranjo. Nestes termos, arranjo apresenta significativa complementaridade entre os segmentos da cadeia do turismo rural, a qual é composta predominantemente por microempreendimentos. Apesar disso, existe pouca interação entre esses empreendimentos e destes com os outros agentes do arranjo, como instituições de formação/capacitação, fomento, financiamento e governos. Esta característica limita o processo de aprendizagem e conseqüentemente reduz a capacidade inovativa do arranjo, e ao mesmo tempo mostra uma aglomeração pouco articulada. Os empreendimentos que conseguem desenvolver maior interação com outros agentes do APL demonstram melhoria no seu desempenho, o que indica que a formação em arranjo produtivo local melhora a performance destes empreendimentos.

Palavras-chave: Ilha do Marajó; espaço rural; turismo rural; arranjos produtivos locais.

ABSTRACT

In several countries and in Brazil the rural tourism places itself as a diversification alternative of the activities and gain to the rural property. The rural tourism as diversification form of the rural activities arises, on the one hand, as an alternative to those properties that did not adapt themselves to the new conditions of market, and on the other hand, by the reason of the great segmentation of the tourism activities. Under an approach of the local productive arrangements, this work analyses the interactions between the micro and small enterprises and among these and the others agents involved in the activities of rural tourism in Soure and Salvaterra in the Marajó Island/Pará. This focus allows comprehending not just the processes of commercial interaction, but also those related to the flux of information and learning among the several agents of the arrangement. In these terms, the arrangement presents significant complementarity among the segments of the chain of the rural tourism, to which it is composed predominantly by small enterprises. Even so, there is little interaction among the enterprises from the chain and from these with others agents of the arrangement, as professional schools, development, financing and governments institutions. This characteristic limits the process of learning and therefore reduces the innovative capacity of the arrangement, and at the same time shows an agglomeration little articulated. The enterprises that develop a larger interaction with others agents of the APL demonstrate improvement in its performance, what indicates that the formation in local productive arrangement improves the performance of these enterprises.

Key-words - Marajó Island, rural space, rural tourism, local productive arrangements,

AGRADECIMENTOS

A meus pais, Francisco Jovita e Maria das Graças, por todo estímulo e apoio, que sempre me deram e que contribuíram para que hoje eu possa estar concluindo este trabalho.

A todos os meus amigos e parentes que direta ou indiretamente me incentivaram, em especial Sheila, Sandra, Wanda, Valéria e meus irmãos Alexandre, Aldryn e Arlon.

Ao professor e orientador, Índio Campos, pela paciência, o incentivo e a oportunidade de participar deste projeto.

À amiga Ivone pela grande ajuda durante a pesquisa de campo.

Ao Roberto pelo apoio em todos os momentos.

A toda turma do Plades 2003, em especial Cristiane, Eva, Ricardo, Nelissa, Sandra, Vicente, Márcia e José Antônio pelos momentos de estudo que contribuíram para este trabalho e também pelos momentos divertidos.

Aos empreendedores de Belém, Soure e Salvaterra que aceitaram pacientemente responder ao questionário.

Aos professores do Plades/NAEA pela contribuição ao meu aprendizado e aos funcionários, em especial ao Romano pela enorme paciência e gentileza em fazer os nossos mapas, e a Nazaré e ao Frank por todo auxílio ao longo do curso.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Mapa 1 - Localização dos municípios de Soure e Salvaterra	17
Fotografia 1 – Criação extensiva de gado bubalino	22
Gráfico 1 - Evolução do rebanho bovino do estado do Pará - ilha do Marajó e demais regiões do estado (1993 a 2003)	23
Gráfico 2 - Evolução do rebanho bubalino do estado do Pará - lha do Marajó e demais regiões do estado (1993 a 2003)	24
Fotografia 2 – Apresentação de grupo folclórico em hotel do município de Soure	25
Mapa 2 - Localização das fazendas que desenvolvem a atividade de turismo rural em Soure e Salvaterra	63
Figura 1 - Fatores que compõem o produto turístico rural	65
Fotografia 3 - Passeio de canoa na fazenda São Jerônimo	125
Fotografia 4 - Trilha suspensa no mangue, fazenda São Jerônimo	126

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Empreendimentos entrevistados do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó	30
Tabela 2 - Perfil do sócio fundador das agências do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA	69
Tabela 3 - Dificuldades enfrentadas pelas agências do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004	70
Tabela 4 - Perfil do sócio fundador dos hotéis do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA	71
Tabela 5 - Dificuldades enfrentadas pelos hotéis do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004	73
Tabela 6 - Perfil do sócio fundador dos restaurantes do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA	74
Tabela 7 - Dificuldades enfrentadas pelos restaurantes do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004	75
Tabela 8 - Dificuldades enfrentadas pelas empresas de transporte aéreo do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004	76
Tabela 9 - Dificuldades enfrentadas pela empresa de transporte hidroviário do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004	78
Tabela 10 - Perfil dos fazendeiros do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA	80
Tabela 11 - Dificuldades enfrentadas pelas fazendas do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004	81
Tabela 12 - Infra-estrutura institucional do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA	82
Tabela 13 - Conhecimento e participação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA em programas dirigidos para o segmento	86
Tabela 14 - Avaliação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA dos programas dirigidos para o segmento	88
Tabela 15 - Políticas públicas que poderiam contribuir para o aumento da eficiência competitiva segundo a avaliação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA	89

Tabela 16 - Contribuição de sindicatos, associações e cooperativas locais segundo os micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	90
Tabela 17 - Obstáculos que limitam o acesso a financiamento aos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	93
Tabela 18 - Infra-estrutura educacional do arranjo produtivo de turismo Rural na ilha do Marajó/PA.....	94
Tabela 19 - Escolaridade do pessoal ocupado micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA	95
Tabela 20 - Avaliação da mão-de-obra local segundo os micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	96
Tabela 21 - Evolução do emprego nas empresas do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó	98
Tabela 22 - Evolução do número de estabelecimentos nos municípios de Soure e Salvaterra de 1998 a 2002	99
Tabela 23 - Participação em atividades cooperativas em 2004 dos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA por segmento	103
Tabela 24 - Participação em atividades cooperativas em 2004 dos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA por porte	104
Tabela 25 - Relações de cooperação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA com outras organizações	105
Tabela 26 - Localização dos parceiros nas atividades cooperativas das empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA	107
Tabela 27 - Atividades cooperativas desenvolvidas pelos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA em 2002	108
Tabela 28 - Resultados obtidos com as parcerias realizadas pelas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	109
Tabela 29 - Vantagens da localização para os micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	111
Tabela 30 - Transações comerciais realizadas no local pelos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	112

Tabela 31 - Empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA subcontratantes por porte e localização dos empreendimentos subcontratados	114
Tabela 32 - Fatores determinantes da competitividade dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	116
Tabela 33 - Atividades de treinamento e capacitação de recursos humanos dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA.....	118
Tabela 34 - Fontes internas de informação empregadas pelas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	120
Tabela 35 - Fontes externas de informação empregadas pelos segmentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	121
Tabela 36 - Localização das fontes de informação das empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA	122
Tabela 37 - Resultados obtidos com os processos de treinamento e aprendizagem das micro e pequenas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	124
Tabela 38. - Número de empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA que introduziram inovações entre 2000 e 2002	127
Tabela 39 - Participação de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados no total das vendas de 2004 das micro e pequenas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA	129
Tabela 40 - Impactos gerados pela introdução de inovações nos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA	130

LISTA DE SIGLAS

Abraturr	Associação Brasileira de Turismo Rural
Acetur	Associação Cearense de Turismo Rural
ADA	Agência de Desenvolvimento da Amazônia
Apetur	Associação Paraibana de Turismo Rural
Apeturr	Associação Pernambucana de Turismo Rural e Ecológico
APL	Arranjo Produtivo Local
Aturma	Associação de Turismo Rural do Marajó
Ametur	Associação Mineira de Empresas de Turismo Rural
Banpará	Banco do Estado do Pará
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
Ciaba	Centro de Instrução Almirante Braz de Aguiar
CRTUR	Companhia Riograndense de Turismo
Emater/PA	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Pará
Embratur	Instituto Brasileiro do Turismo
FAT	Fundo de Amparo ao Trabalhador
FNO	Fundo Constitucional de Financiamento do Norte
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEC	Ministério da Educação
Metur	Marajó Empreendimentos e Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
Paratur	Companhia Paraense de Turismo
Proger	Programa de Geração de Emprego e Renda
Pronaf	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
RedSist	Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais
Sagri	Secretaria Executiva de Agricultura, Pará
SOMA	Sociedade Marajoara das Artes
SPIL	Sistema Produtivo e Inovativo Local
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TER ou TAR	Turismo em Espaço Rural ou em Área Rural
UFPA	Universidade Federal do Pará

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 CARACTERIZAÇÃO DA ILHA.....	15
1.2 EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE PECUÁRIA NO MARAJÓ.....	19
1.3 O SURGIMENTO DO TURISMO RURAL NA ILHA DO MARAJÓ.....	26
1.4 METODOLOGIA	28
2 TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL.....	32
2.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA	32
2.2 O TURISMO COMO ATIVIDADE COMPLEMENTAR NO ESPAÇO RURAL.....	37
2.2.1 O espaço rural	39
2.2.2 O turismo em áreas rurais	42
2.2.2.1 Agroturismo	45
2.2.2.2 Turismo rural.....	46
2.2.2.3 Ecoturismo	49
2.2.2.4 Turismo cultural	49
2.2.3 O turismo rural no Brasil.....	51
2.3 OS ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS.....	54
3 O ARRANJO PRODUTIVO DO TURISMO RURAL NOS MUNICÍPIOS DE SOURE E SALVATERRA NA ILHA DO MARAJÓ	62
3.1 PRINCIPAIS AGENTES PRESENTES NO APL	64
3.1.1 Principais agentes produtivos do arranjo.....	67
3.1.1.1 Agências de turismo	67
3.1.1.2 Hotéis.....	70
3.1.1.3 Restaurantes	73
3.1.1.4 Transportes.....	76
3.1.1.5 Fazendas.....	78
3.1.2 Estrutura institucional do arranjo.....	82
3.1.2.1 Instituições de apoio e promoção	82
3.1.2.1.1 <i>Contribuição e avaliação das instituições e políticas voltadas ao arranjo.....</i>	<i>84</i>
3.1.2.2 Linhas de financiamento.....	91
3.1.2.2.1 <i>Avaliação das fontes de financiamento</i>	<i>92</i>

	14
3.1.2.3. Infra-estrutura educacional e escolaridade do pessoal ocupado	94
3.1.3 Emprego e origem dos turistas do APL de turismo rural de Soure e Salvaterra...	97
3.1.3.1 Evolução do emprego	97
3.1.3.2 Evolução da participação dos turistas segundo a origem e destino das vendas	99
3.3 AS FORMAS DE COOPERAÇÃO E COORDENAÇÃO ENTRE OS AGENTES DO ARRANJO	102
3.3.1 As ações cooperativas do APL	103
3.3.2 As vantagens relacionadas à localização.....	110
3.3.3 As formas de coordenação.....	113
3.4 O PROCESSO DE APRENDIZAGEM RESULTANTE DAS INTERAÇÕES ENTRE OS AGENTES DO ARRANJO	115
3.4.1 Fatores determinantes para a competitividade	115
3.4.2 A qualificação da mão-de-obra	116
3.4.3 As fontes de informação	119
3.4.4 As atividades inovativas desenvolvidas.....	123
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	132
REFERÊNCIAS.....	135
ANEXO.....	142

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento do turismo rural em vários países e no Brasil vem contribuindo para a revitalização da cultura e da economia das regiões rurais, pois o desenvolvimento desta atividade cria a necessidade de preservação do patrimônio histórico, cultural e natural; melhoria na infra-estrutura; qualificação da mão-de-obra; desenvolvimento das atividades artesanais e alimentícias, entre outros. No Brasil o turismo rural é recente, mas apesar disso está crescendo e se propagando pelo país. Nas regiões Sul e Sudeste existem muitas experiências bem sucedidas de exploração do turismo rural. O interesse pelo turismo rural surge, por um lado, da necessidade de diversificação das atividades econômicas no meio rural, principalmente para aquelas propriedades que não conseguiram se adaptar às novas condições de mercado, e por outro lado, em razão da diversificação da atividade turística, que tem apresentado grande segmentação da demanda (RODRIGUES, 2003; FROEHLICH; RODRIGUES, 2001).

Na ilha do Marajó, a exploração recente do turismo rural vem se constituindo em uma forma de diversificação das atividades da propriedade rural. A queda dos rendimentos da pecuária tradicional tem sido um dos motivos pela busca dessa forma de diversificação, que por outro lado, é favorecida pelas condições históricas e naturais da ilha. Nestes termos, a pecuária extensiva somada ao patrimônio natural e cultural da ilha, compõem o produto turístico rural de Soure e Salvaterra.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DA ILHA

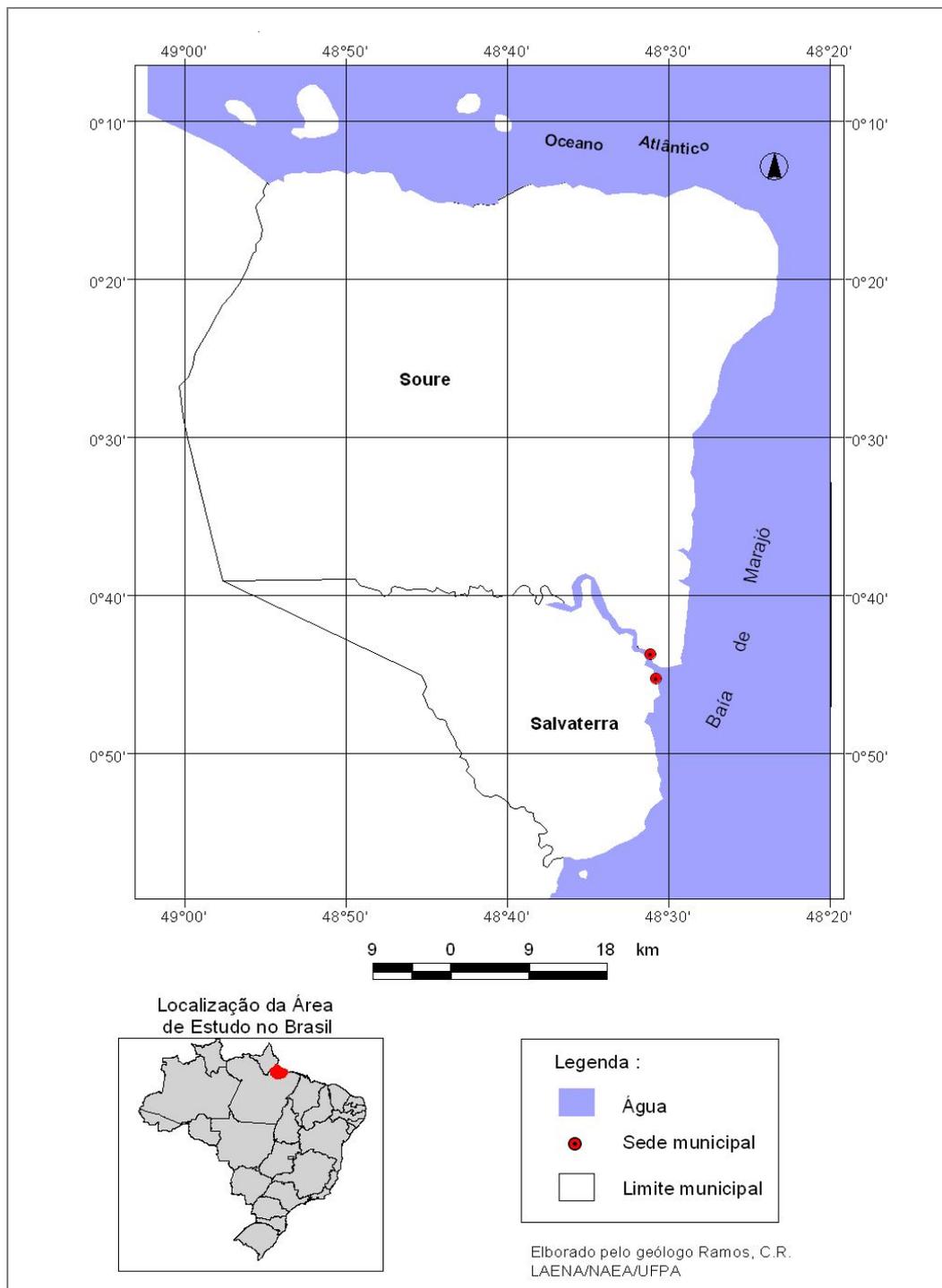
A ilha do Marajó está localizada na foz do rio Amazonas, na parte oriental do estado do Pará. Possuindo uma extensão de quase 50 mil quilômetros quadrados, a ilha abriga 12

municípios. A diversidade da paisagem é formada por florestas, campinas, tesos¹, gramados, praias, lagos, furos e igarapés, além da fauna que apresenta rica variedade de aves, mamíferos, peixes entre outros (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2004; INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL DO PARÁ, 1998a; b). A ilha está dividida em dois ecossistemas distintos: na parte leste, que ocupa 1/3 da ilha e onde estão localizados os municípios de Soure e Salvaterra, predominam os campos com pastagens naturais que favorecem a concentração de criação de bovino e bubalino; na parte oeste, que ocupa 2/3 da ilha, prevalece a floresta marcada pelo extrativismo e pela agricultura de subsistência (XIMENES, 1997). O clima é tropical úmido com temperaturas estáveis em torno de 27°C. No período de janeiro a maio há grande precipitação e cerca de 70% da região da ilha fica inundada; de setembro a dezembro há predomínio de secas e o período restante é considerado de transição (INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL DO PARÁ, 1974). Os municípios de Soure e Salvaterra (Mapa 1) são os principais portões de entrada da ilha, estando distantes de Belém 82,1 e 78,1 km respectivamente (PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO, 2003).

Grande parte da região leste da ilha é imprópria para cultivos, devido às limitações do solo e da topografia. A maior parte da superfície fica inundada temporariamente, os solos são pouco férteis e ainda apresentam alto teor de salinidade devido à influência marinha. Tal característica findou por contribuir para o desenvolvimento da pecuária bovina e bubalina, principalmente destinada à produção de carne (LUDOVINO; TOURRAND; VEIGA, 2000). Outras atividades também se destacam como o turismo, o extrativismo, a pesca, a agricultura

¹ Aterros feitos pelos antigos habitantes da ilha, em área de várzea que não inundam na época das cheias. Estes aterros eram geralmente destinados à habitação, atividades domésticas e cemitérios (PAHL SHAAN, 2002; TEIXEIRA, 1953).

e o comércio. O artesanato, em cerâmica e couro, também se destaca, motivado principalmente pela atividade turística.



Mapa 1 – Localização dos municípios de Soure e Salvaterra

Soure, de acordo com o censo demográfico do IBGE de 2000, tem 19.958 habitantes, 17.303 (87%) do total estão na área urbana e apenas 2.655 (13%) na área rural. Salvaterra, por sua vez, tem uma proporção maior da população na zona rural. De seus 15.118 habitantes, 6.467 (43%) estão na zona rural e 8.651(57%) na zona urbana.

Segundo dados do MEC (2004b), nos dois municípios havia 57 estabelecimentos de ensino fundamental com 10.117 alunos matriculados e 2 estabelecimentos de ensino médio, com 1.820 alunos matriculados. O núcleo da Universidade Federal do Pará (UFPA), localizado em Soure, implantou, em 2003, três cursos intervalares de nível superior: Letras, Pedagogia e Turismo. No mesmo ano foi inaugurada a Escola de Trabalho e Produção em Salvaterra com um curso técnico em agroindústria e quatro cursos básicos em turismo, agroindústria, informática e agropecuária (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2004a).

A parte urbana dos dois municípios possui abastecimento de água, agências dos correios, telefonia fixa, 03 (três) operadoras de telefonia móvel e uma rádio local no município de Soure. A energia que abastece a cidade e parte da zona rural dos municípios é gerada em usinas termoeletricas. No município de Soure estão os postos da Secretaria Executiva de Agricultura (Sagri) e da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Pará (Emater/PA) (COMPANHIA PARAENSE DE TURISMO, 2001a; b).

O município de Soure possui 7 hotéis, com capacidade para receber até 370 hóspedes e 6 pequenos restaurantes, e Salvaterra tem 8 hotéis com oferta máxima de 309 vagas para hospedagem e 4 pequenos restaurantes. Em Salvaterra, destacam-se praias, fazendas e campos, além de Joanes, uma vila de pescadores com uma praia muito visitada pelos turistas. Já em Soure, estão presentes em todo o município campos com fauna e flora típicas, as grandes fazendas de criação de búfalos e as praias.

O acesso à ilha pode ser feito via transporte hidroviário ou aéreo. O hidroviário é o mais usado por ser economicamente mais acessível. Três empresas oferecem esse serviço realizando viagens diárias para a ilha do Marajó. O transporte aéreo conta com 6 empresas que operam em sistema de frete. O transporte entre os municípios de Soure e Salvaterra é realizado por balsa que faz a travessia no rio que divide os dois municípios. Nos dois municípios existem 06 fazendas que desempenham atividade turística. Quatro destas oferecem, além da visitação, a hospedagem com capacidade total para receber em torno de 70 pessoas. Duas oferecem apenas visitação. A visitação e a hospedagem nas fazendas, na maioria dos casos, já estão incluídos nos pacotes turísticos, intermediados pelas agências de viagens sediadas em Belém. A visitação em fazendas é um dos atrativos oferecidos pelos hotéis. Músicas, danças e o artesanato completam o elenco das atrações turísticas.

1.2 EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE PECUÁRIA NO MARAJÓ

A pecuária extensiva foi instituída na ilha no século XVII, por missões católicas de frades mercedários, carmelitas e jesuítas. Como ocorreu em outras regiões do Brasil, essa foi a forma mais rápida de conquista e povoamento. Após a conquista do território pelos portugueses, os missionários se fixaram entre os índios e consolidaram a criação extensiva. Os religiosos detinham a maior posse de terras na ilha. Além da criação possuíam engenhos de açúcar e aguardente. No século XVIII, essas fazendas foram confiscadas pela Coroa Portuguesa. Algumas foram doadas, segundo critérios estabelecidos pelo rei de Portugal. Outras foram vendidas a particulares. Segundo Pereira (1956), o surgimento da figura dos contemplados com as terras confiscadas dos missionários contribuiu para a formação da propriedade no Marajó, caracterizada por grandes extensões de terras nas mãos de poucos indivíduos. As fazendas utilizaram largamente o trabalho escravo, inicialmente, indígena e posteriormente dos negros (PEREIRA, 1956; TEIXEIRA, 1953).

Até 1881 as fazendas de criação se destinavam à produção de bovinos e eqüinos. Somente no ano seguinte foi introduzido na ilha, o que hoje se tornou um dos símbolos do Marajó, o búfalo. Os primeiros animais, de origem indiana, foram importados da Itália. Na década de 40 o Ministério da Agricultura incentivou a criação, o que contribuiu para o rápido crescimento da produção a partir daí. Até hoje a ilha possui a maior concentração de rebanho bubalino do país com aproximadamente 325.000 búfalos que somado ao rebanho bovino totaliza em 680.000 animais, segundo a Pesquisa da Pecuária Municipal (PPM) do IBGE de 2003. Esta produção abastece o mercado de carne local, o mercado de Belém e também o de Macapá. Além do corte, a criação também visa à produção de leite, couro e, no caso dos bubalinos, fornecer animais de tração (INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL DO PARÁ, 1974; LUDOVINO; TOURRAND; VEIGA, 2000; TEIXEIRA, 1953).

O cenário agrário atual observado no Marajó pouco se alterou. Não se deram na microrregião do Arari² os processos recentes de migrações e dinamismos da fronteira agrícola ocorridos em outras regiões da Amazônia. Este fato pode estar relacionado à situação de perenidade das propriedades da ilha, pois muitas fazendas são passadas de pai para filhos por várias gerações.

A estrutura fundiária da ilha do Marajó, em geral, é caracterizada pela grande propriedade. Na década de 70, o tamanho da propriedade, segundo dados do IDESP (1978, apud LUDOVINO; TOURRAND e VEIGA, 2000) ficava, em média, entre 3.000 e 5.000 ha. Contudo, a concentração de terras, de modo geral, tende a diminuir, em razão da divisão das grandes propriedades por processos de herança. Ximenes (1997) mostra que os estabelecimentos com mais de 5.000 hectares diminuíram de 76 para 71 entre 1970 e 1985,

² Parte leste da ilha onde se localizam os municípios de Soure e Salvaterra.

enquanto o número daqueles com até 50 hectares cresceu de 2.464 (64,15% do total) para 7.348, representando 84,09% dos estabelecimentos.

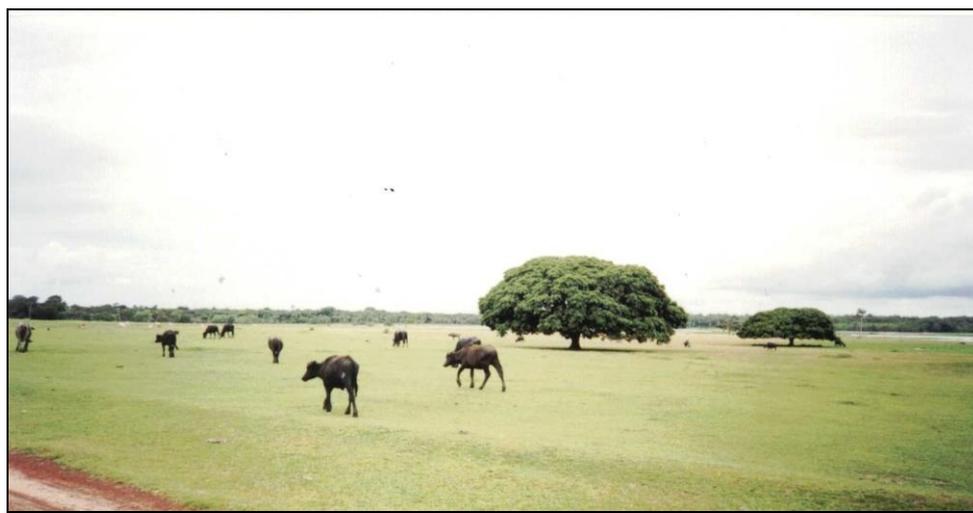
A pecuária na Amazônia é praticada em regime de pastagem cultivada ou em pastagem nativa. O primeiro está mais relacionado à colonização recente, o qual substituiu áreas de floresta por pastagem. O crescimento desordenado deste regime de criação tem contribuído para o aumento de áreas degradadas na região. De 1970 a 1985 as pastagens cultivadas da região aumentaram 908% (XIMENES, 1997).

Por outro lado, o regime de pastagens nativas de savanas desenvolvido em áreas tradicionais de pecuária em algumas regiões da Amazônia, como é o caso do Marajó (Fotografia 1), tem contido a necessidade da utilização do pasto cultivado. Entre 1970 e 1985, de toda a área de pasto existente na ilha, somente 1,2% era de pastagem cultivada contra 98,8 de pasto natural. Entretanto, o pasto natural ainda que mais resistente que o cultivado é menos nutritivo. Este fator aliado a outros, como por exemplo, enchente e seca prolongadas e baixo padrão zootécnico, contribuem para os baixos lucros da pecuária tradicional. As áreas onde predominam as pastagens cultivadas, como no sul do Pará, têm apresentado resultados bem superiores³ aos da região do Marajó (ARRIMA; UHL, 1996; XIMENES, 1997).

A partir da década de 70, o estado do Pará experimentou uma grande expansão do rebanho, da ordem de 547% entre 1974 e 1994 (passando de 1.377.655 para 7.539.452 cabeças). Já o rebanho da ilha do Marajó permaneceu estável apresentando em torno de 500.000 cabeças. Em termos relativos a participação da ilha no rebanho total do estado, caiu de 38,13% em 1974 para 6,86% em 1994 (XIMENES, 1997). Grande parte do aumento do rebanho do estado se deu pela expansão da atividade na região sul do Pará, onde foram verificados maiores investimentos e melhores tratamentos sanitários e manejo de animais em

³ Enquanto a pecuária tradicional da ilha do Marajó, no sistema de cria-recria-engorda, apresenta lucro anual de US\$ 2,00 por hectare, no Sul do Pará, no mesmo sistema, esse resultado é de US\$ 7,00 (ARRIMA; UHL, 1996, p. 12).

pastos com maior número de divisões, que em outras regiões do Estado, como a ilha do Marajó (ARRIMA; UHL, 1996). Nos últimos anos (entre 1993 e 2003), a participação da mesorregião Sudeste do Pará, no rebanho do Estado, tem se mantido entre 60 e 70%, segundo dados da PPM/IBGE.



Fotografia 1 - Criação extensiva de gado bubalino
Fonte: Tanuri, G., 2003.

Observando-se o período entre 1993 e 2003 da PPM/IBGE, verifica-se que a tendência de crescimento do rebanho bovino do estado ainda permanece, apesar de menos intensa (apresentando um crescimento de 88% no período), enquanto a ilha do Marajó vem mostrando uma diminuição gradual, reduzindo 30% entre 1993 e 2003, como pode ser observado no Gráfico 1. Em relação à participação no rebanho do estado, a produção da ilha diminuiu de 7% em 1993 para 3% em 2003.

No caso do rebanho bubalino do estado, o crescimento foi expressivo, passando de 77.201 para 778.191 entre 1974 e 1994, representando um aumento de 730% (XIMENES, 1997). Ao longo dos últimos 30 anos o rebanho bubalino da ilha tem representado cerca de 70% de todo o rebanho do estado. Tal desempenho, segundo Ximenes (1997), se explica pela

rusticidade do animal, proporcionando sua adaptação às condições da ilha e ainda por apresentar maior produtividade que o gado bovino. O rebanho bubalino, na ilha do Marajó, cresceu continuamente até 1995 quando alcançou 609.831 cabeças, a partir daí teve uma redução significativa ficando em torno de 300.000 cabeças ao ano entre 1996 e 2003, como mostra o Gráfico 2.

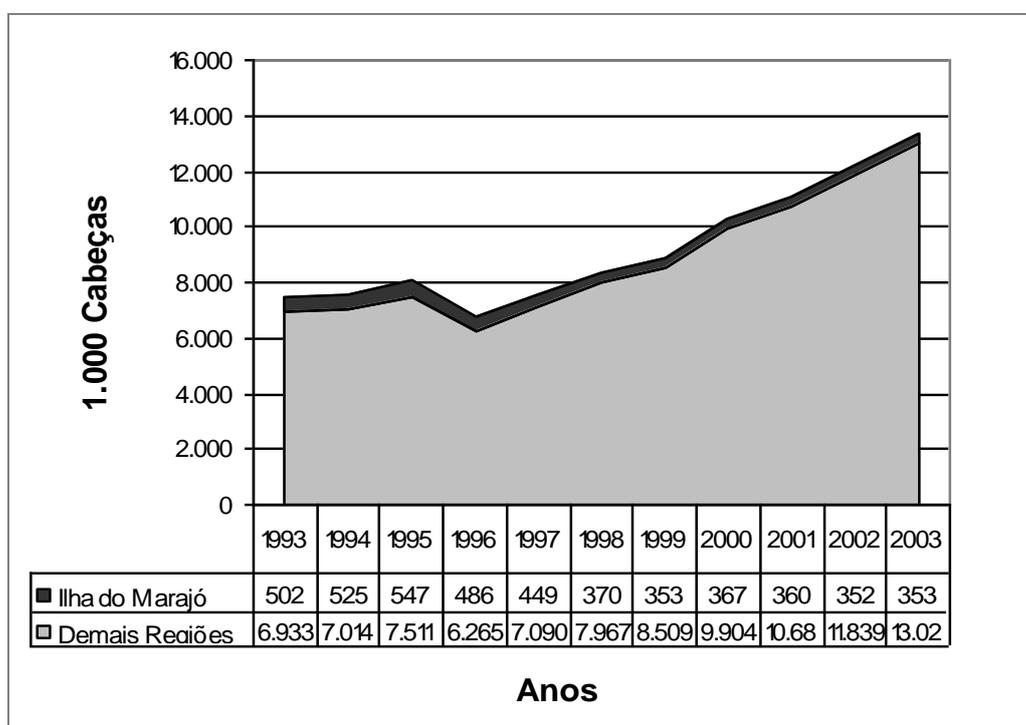


Gráfico 1 - Evolução do rebanho bovino do estado do Pará - ilha do Marajó e demais regiões do estado (1993 a 2003)

Fonte: Pesquisa pecuária municipal 1993-2003 - IBGE

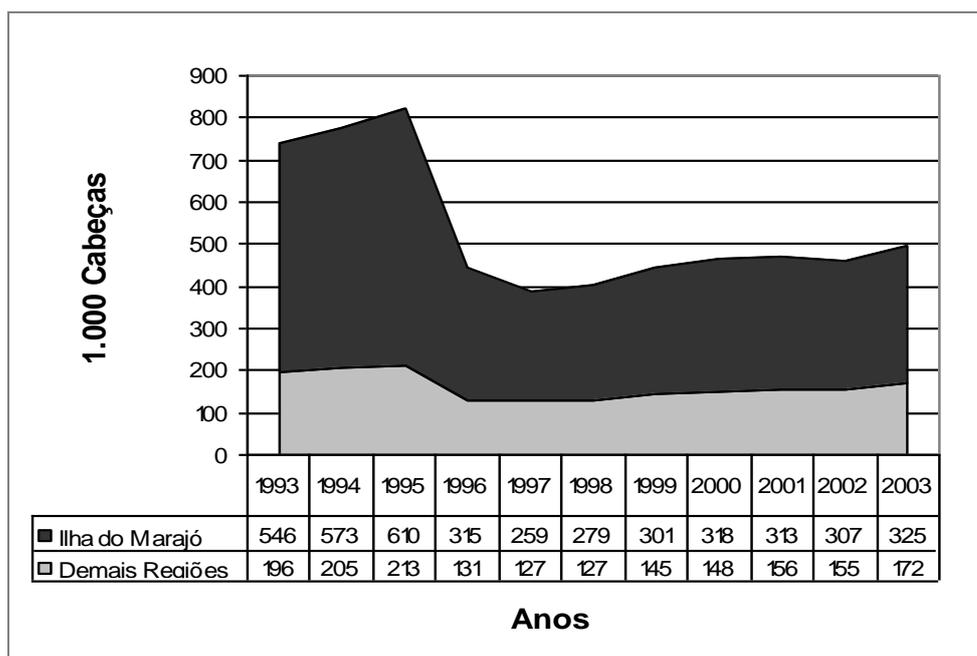


Gráfico 2 - Evolução do rebanho bubalino do estado do Pará - ilha do Marajó e demais regiões do estado (1993 a 2003)

Fonte: Fonte: Pesquisa pecuária municipal 1993-2003 - IBGE

Os números revelam que a pecuária tradicional da ilha do Marajó, principalmente de gado bovino, tem se mostrado pouco competitiva quando comparada a outras regiões do estado, especificamente em relação as áreas de terra firme onde houve a expansão mais recente da atividade. Os animais criados no sistema tradicional apresentam maior taxa de mortalidade e menor peso que o gado criado em terra firme, onde os pastos são cultivados. Estes fatores aliados aos baixos preços da terra verificados a partir de 1985, têm levado os produtores do Marajó a buscarem formas alternativas para continuar com o negócio. Alguns partem para as áreas de terra firme com pasto cultivado em busca de melhor produtividade. O uso de biotecnologia com objetivo de gerar variedades mais resistentes ao ambiente da ilha e que proporcione maior produtividade, também é uma opção. No entanto, requer investimentos muito altos. Uma outra forma de manter o estabelecimento é a diversificação das atividades. Uns diversificam através da agricultura e do extrativismo, prática antiga desenvolvida principalmente pelos pequenos produtores. Outros buscam diversificar através

do turismo, atividade econômica desenvolvida mais recentemente por alguns produtores e favorecida pela diversidade natural e cultural da ilha (XIMENES, 1997).



Fotografia 2 - Apresentação de grupo folclórico em hotel do município de Soure
Fonte: Martins, G., 2005

A ilha do Marajó apresenta uma diversidade natural muito rica com várias espécies vegetais e animais além da diversidade da paisagem possibilitada pela alternância entre períodos de chuva e seca. A diversidade cultural originada pela miscigenação entre índios, negros e colonos europeus é observada nas músicas e danças de carimbó (Fotografia 2) e lundu, no artesanato em couro, fibra vegetal e cerâmica e as comidas típicas, dentre outras formas de manifestação. Os elementos culturais somados ao patrimônio natural e à atividade predominante da ilha, a pecuária extensiva, compõem a exploração do turismo rural de Soure e Salvaterra. As atividades da fazenda e todo o ambiente em que ela está inserida são transformados em atrativos turísticos.

1.3 O SURGIMENTO DO TURISMO RURAL NA ILHA DO MARAJÓ

A visitação em fazendas no Marajó é antiga, realizada principalmente por familiares e amigos dos proprietários nos períodos de férias. Mas a exploração das fazendas como produto turístico tem início a partir da década de 80 com a visitação nas fazendas Alacilândia e Providência em parceria com hotéis dos municípios de Soure e Salvaterra e agências de turismo de Belém. As fazendas ofereciam atrações como a demonstração de ordenha, passeios de carroça e a cavalo. Nesta fase, as fazendas não hospedavam e tinham um papel passivo na realização da atividade, se limitando a atender a demanda espontânea por essa modalidade de turismo. Havia poucos hotéis, precisamente dois o Soure Hotel e a Pousada Marajoara. Estes hotéis recebiam turistas que vinham, principalmente, através de uma agência de Belém, a Marajó Empreendimentos e Turismo – Metur. No final da década de 80 essa agência de turismo fechou, reduzindo o fluxo de turistas que visitavam as fazendas. Neste período, o país passava por uma grave crise econômica, com inflação anual de quatro dígitos, queda do poder aquisitivo e recessão. Esses fatores somados ao surgimento dos primeiros casos de cólera na Amazônia, em 1991, podem ter contribuído para a decadência da atividade turística na ilha no final da década de 80 e início da década de 90.

Na década de 90, o trajeto para Soure e Salvaterra foi modificado. A viagem para ilha, antes realizada de Belém direto para Soure, passa a ser feita pelo porto do Camará em Salvaterra, reduzindo o tempo da viagem. Essa mudança tem efeitos benéficos principalmente para o município de Salvaterra que tem nessa década o surgimento de hotéis com maior estrutura e qualificação para receber os turistas. A maioria dos restaurantes que existe hoje, nos dois municípios, também começou a operar nesse período. A estrutura turística criada na década de 80 e no início da década de 90, nos dois municípios, foi para atender, fundamentalmente, o turismo em busca das praias desses municípios, muito procuradas por moradores de Belém.

Em 1990, a fazenda Bom Jesus, no município de Soure, passou a receber turista para visitação em parceria com hotéis locais e a partir de 1994 esta atividade se intensificou. Em 1998, em Salvaterra, a fazenda Nossa Senhora do Carmo passa a receber turistas, inclusive oferecendo hospedagem. Em 2000 já eram 3 fazendas realizando a atividade, com a inserção da fazenda Araruna ofertando visitação. Em 2002 eleva-se para 6 o número de fazendas que desenvolvem a atividade de turismo rural nos municípios de Soure e Salvaterra, com as fazendas São Jerônimo, São Joaquim (Sanjo) e Camburupy ofertando visitação e hospedagem.

As fazendas dessa “nova fase” do turismo rural no Marajó, diferentemente da década de 80, atendem não somente a demanda espontânea, mas buscam junto às agências de turismo vender seus serviços, procurando se especializar em determinados atrativos, como atividades envolvendo cavalos, búfalos e os recursos naturais existentes nas fazendas. As fazendas oferecem, além da hospedagem rural, a cavalgada, a participação na lida do campo, trilhas ecológicas, passeios de canoa e de búfalo, observação de animais silvestres, atividades culturais e gastronômicas, e o próprio ambiente natural que, a cada seis meses, oferece uma paisagem diferente proporcionada pela alternância entre seca e período de chuvas.

E m 2002, os empreendedores do turismo rural fundam a Associação de Turismo Rural do Marajó (Aturma) visando maior organização e atuação dos integrantes no encaminhamento de objetivos comuns. Atualmente, a associação possui sete associados, entre fazendeiros e empreendedores do segmento hoteleiro. Os principais parceiros da Aturma têm sido a Companhia Paraense de Turismo (Paratur) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), para a realização de consultorias, treinamento e divulgação.

Através do Programa de Diversificação da Oferta Turística, iniciado em 2000, promovido pela Paratur e Sebrae, buscou-se novas formas de estimular o desenvolvimento da atividade, incentivando parcerias, a organização dos produtores e a criação de novos roteiros

e atrações turísticas. Esta atuação das instituições de apoio teve um papel importante para o impulsionamento recente da atividade. Este novo contexto do turismo rural leva-nos a questionar sob que condições esta atividade, como uma alternativa complementar à agropecuária, terá possibilidade de se desenvolver de forma sustentável, considerando que na década de 80 essa prática econômica não prosperou.

A resposta a esse questionamento baseia-se na hipótese de que o turismo rural possui condições de desenvolvimento a partir das vantagens criadas por sua organização em arranjo produtivo local (APL). Tais vantagens, proporcionadas pelas interações entre os agentes (produtivos e outras instituições), podem favorecer o crescimento e o desempenho das empresas inseridas nesse arranjo. A análise de como se processam essas interações entre as empresas do arranjo e entre essas e as outras instituições é o objeto central deste trabalho, o qual será desenvolvido através da identificação dos principais agentes envolvidos, da forma como ocorrem a cooperação e a coordenação entre esses agentes, de como se dão os processos de aprendizagem, de identificação das ações públicas e o alcance das mesmas no âmbito do APL de turismo rural da ilha do Marajó.

1.4 METODOLOGIA

A análise da dinâmica do turismo rural no Marajó sob o enfoque dos arranjos produtivos locais proporciona o exame das interações entre os agentes produtivos e destes com outras instituições (instituições de ensino e pesquisa, governos etc.), promovendo a criação e difusão de conhecimentos.

Para entender como esse arranjo está se desenvolvendo nos municípios de Soure e Salvaterra, o estudo incluiu, além da coleta de dados secundários, a pesquisa de campo com aplicação de questionários às principais empresas envolvidas diretamente na atividade, como

as agências de viagem de Belém, as empresas de transporte hidroviário e aéreo que operam entre Belém e os municípios de Soure e Salvaterra, os hotéis, os restaurantes e as fazendas que fazem turismo rural.

Os procedimentos utilizados para seleção da amostra e o questionário adotado foram elaborados pelo Programa de Pesquisa Micro e Pequenas Empresas em Arranjos Produtivos Locais no Brasil, financiado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional) e coordenado pelo Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia da Universidade Federal de Santa Catarina.

O arranjo é formado por empresas formais e informais. Devido a esta característica, não foi possível utilizar exclusivamente os dados da RAIS, como previa o programa de pesquisa, para o cálculo da amostra. Esse fato também dificultou a estratificação da amostra por porte das empresas. O critério de classificação do porte foi pelo número de pessoas ocupadas. Assim, foram consideradas de porte micro as empresas com até 19 pessoas ocupadas, pequena com 20 a 99, média com 100 a 499 e grande as com 500 ou mais pessoas ocupadas. Deste modo, no caso das agências, os dados da RAIS nortearam a proporção entre pequenas e micro empresas, para cálculo da amostra. A amostra foi calculada tendo como base, principalmente, o levantamento da Companhia Paraense de Turismo (Paratur). As agências de turismo consideradas para o cálculo da amostra, limitaram-se àquelas que informaram à Paratur, em 2004, os pacotes turísticos para o pólo Marajó. Considerando um universo de 47 empresas e aceitando um erro amostral de 10%, chegou-se a uma amostra de 32 empresas, das quais foram entrevistadas 29 entre hotéis, restaurantes, agências de turismo, fazendas e empresas de transporte, no período de 08 a 28 de julho de 2004, nos municípios de Belém, Soure e Salvaterra, (Tabela 1). Dos 29 empreendimentos entrevistados, 7 estão em Belém e 22 em Soure e Salvaterra. Os questionários foram aplicados, na maioria dos casos, aos proprietários das empresas. Alguns foram respondidos por gerentes.

Por diversos motivos o número de empresas entrevistadas não alcançou o valor previsto no cálculo da amostra. Em Belém a dificuldade maior foi a recusa, por parte dos responsáveis pelas empresas, em dar a entrevista. Em Soure e Salvaterra, essa dificuldade foi praticamente inexistente, entretanto, a adequação relacionada ao tempo de existência do empreendimento, principalmente no caso dos restaurantes, foi um problema, pois muitos dos que estavam no levantamento de 2001 da Paratur, encontravam-se fechados no período em que foi realizada a pesquisa, e boa parte dos que estavam operando até junho de 2004, tinham menos 2 anos, período menor que o utilizado pela pesquisa (2 anos). Uma das questões do questionário referente ao faturamento das empresas, que poderia nortear melhor o porte das mesmas, não foi revelada pela maioria. O Programa de Pesquisa Micro e Pequenas Empresas em Arranjos Produtivos Locais no Brasil considerou o período de 2000 a 2002 para a análise dos arranjos a serem estudados, porém no caso do arranjo do turismo rural do Marajó, em razão de boa parte dos empreendimentos, principalmente as fazendas que oferecem turismo rural, terem iniciado esta atividade após 2000, considerou-se o período de 2002 a 2004 para a realização do estudo.

Tabela 1 – Empreendimentos entrevistados do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó

Segmentos	População	Amostra	Entrevistadas
Agências de turismo	8	5	4
Estabelecimentos hoteleiros	14	10	10
Fazendas	6	5	6
Restaurantes	10	7	6
Transporte aéreo	6	3	2
Transporte hidroviário	3	2	1
Total	47	32	29

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Esta introdução buscou fazer uma abordagem geral sobre o tema estudado. Apresentando o turismo rural como uma das formas de diversificação dos empreendimentos rurais e também como uma das modalidades de turismo e; um histórico breve da pecuária na ilha e sua evolução nos últimos 30 anos que ajudam a entender a inserção de algumas fazendas na atividade turística. Além da metodologia usada para a elaboração do trabalho.

O segundo capítulo contém a discussão teórica e conceitual sobre turismo, turismo rural, espaço rural; a evolução recente do turismo mundial e no Brasil; o desenvolvimento do turismo rural em alguns países e no Brasil e; sobre o enfoque em arranjos produtivos locais. No terceiro capítulo estão os resultados da pesquisa de campo. Nele são descritos o perfil do arranjo, os principais agentes, a infra-estrutura de formação e capacitação e a origem dos turistas. Este capítulo também contempla as ações públicas direcionadas ao arranjo, as formas de cooperação e coordenação, e o processo de aprendizagem resultante das interações ente os agentes. Nas considerações finais procura-se fazer uma síntese dos principais resultados da pesquisa de campo.

2 TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL

A atividade turística é reconhecida por suas potencialidades em impactar nos vários setores da economia de forma direta e indireta, bem como em várias escalas, da local à nacional. É uma

“[...] atividade transversal, global, de fronteiras fluidas, interfere nos tecidos econômicos e sociais, nas dinâmicas demográficas e do emprego, no patrimônio natural e cultural, nos comportamentos das populações e na ocupação, ordenamento e funcionamento dos territórios. [...]” (CAVACO, 2003, p. 26).

Essas características da atividade explicam a frequência da sua integração nos programas de desenvolvimento dos espaços rurais em muitos países europeus. Em muitos casos constitui-se em uma forma de gerar emprego para as populações locais e na criação ou melhoria da infra-estrutura, principalmente relacionada a serviços públicos essenciais. Além de poder desempenhar um papel relevante na proteção da natureza (CAVACO, 2003; LAURENT; MAMDY, 2001).

2.1 A ATIVIDADE TURÍSTICA

As viagens acompanham a humanidade ao longo de sua história. Desde a Roma Imperial até os dias atuais as pessoas viajam por motivações diversas, seja por razões econômicas, aquisição de conhecimentos ou lazer. Mas somente no século XIX surge a palavra turismo para expressar uma atividade econômica organizada e sistematizada. O pioneirismo nessa atividade é atribuído ao britânico Thomas Cook que em 1841 organizou a primeira viagem. Cook organizava principalmente excursões de recreação utilizando o trem, que até então era o meio de transporte mais rápido e moderno. A partir desse marco, a atividade passa então a se constituir em uma forma de negócio denominado turismo (DIAS, 2003; RODRIGUES, M., 2003; RUSCHMAANN, 1997; URRY, 1996).

O turismo é uma das atividades que mais têm crescido nos últimos anos - sendo o terceiro produto do comércio internacional, após o petróleo e automóveis - favorecido fundamentalmente pelo desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte e dos meios de comunicação. De 1950 a 2000 o número de turistas em viagens internacionais passou de 25 para 699 milhões por ano, com crescimento em torno de 5% ao ano. Segundo a OMT, o segmento é responsável por um em cada nove empregos no mundo, que emprega tanto mão-de-obra muito qualificada quanto pouco qualificada em empregos formais e informais (DIAS, 2003; MINISTÉRIO DO TURISMO, 2004; SCHULTE, 2003).

Em 2004, os resultados preliminares apontaram um crescimento espetacular do turismo mundial, com aumento de 10% em relação a 2003, o melhor resultado em 20 anos alcançando o máximo histórico de 760 milhões de chegadas de turistas internacionais. Este resultado reflete o desempenho da economia mundial, sobretudo dos principais mercados emissores: americano e europeu (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2005).

No Brasil, os números refletem o bom desempenho do turismo mundial. O fluxo de turistas estrangeiros teve um crescimento de cerca de 12% em relação a 2003 e a receita cambial gerada aumentou em torno de 30% em relação ao mesmo período. O saldo, ou seja, a diferença entre o que os estrangeiros gastam com viagens no Brasil e o que os brasileiros gastam no exterior, registrado em 2004, ficou positivo em US\$ 351 milhões, 61% maior que o ano anterior representando um saldo histórico. Parte desse bom desempenho é atribuída à criação do Ministério do Turismo (MTUR) em 2003. A partir de então, o Instituto Brasileiro do Turismo (Embratur), passou a dedicar-se à divulgação dos serviços e destinos do Brasil no exterior, e o Mtur assumiu as questões relacionadas ao turismo doméstico, como regulamentação, normatização e promoção do turismo interno (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2004; INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO, 2005).

A atividade turística surge como um produto da sociedade capitalista industrial, proporcionado pelo desenvolvimento do capitalismo a partir do século XVIII. Como fruto do capitalismo industrial é uma atividade econômica que se desenvolveu sob a mesma racionalidade do modelo de desenvolvimento predominante: acumulação através da exploração de todas as formas de recursos inclusive os naturais. Até a pouco tempo se pensava que a atividade era uma forma de gerar renda e emprego sem grandes impactos para o meio ambiente, denominando-se a indústria sem chaminés. Mas com o crescimento da atividade, tornaram-se inevitáveis as transformações nos espaços ou locais turísticos. O estabelecimento da atividade exige a construção e/ou melhoramento de toda a infra-estrutura de transportes, alojamentos, rede de esgoto, energia elétrica entre outros. A intensificação da atividade acaba desencadeando algum tipo de problema ambiental, como esgoto lançado ao mar sem nenhum tipo de tratamento, destruição de áreas de paisagens e ecossistemas para instalação da infra-estrutura requerida pela atividade, além de problemas sociais como migração, aculturação, crescimento urbano desordenado, e muitos outros (RODRIGUES, A., 2003; DIAS, 2003).

A massificação do turismo foi proporcionada, sobretudo, pelo desenvolvimento econômico ocorrido a partir da segunda metade do século XX, que favoreceu fundamentalmente os países industrializados, e pelo desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte e dos meios de comunicação. Esse crescimento levou ao desenvolvimento de um turismo sem muita diversidade havendo grande demanda pelos mesmos produtos ou serviços em que predomina o turismo de “sol e praia” (DIAS, 2003).

Segundo Dias (2003), nos países desenvolvidos, na década de 70 surge a preocupação com os problemas ambientais gerados pelo turismo de massa, “[...] caracterizado por um grande volume de pessoas que viajam em grupos ou individualmente para os mesmos lugares geralmente nas mesmas épocas do ano [...]” (RUSCHMANN, 2001, p. 110, apud DIAS,

2003). Passado o auge do fordismo⁴, outras formas de turismo caracterizadas por apresentar, uma escala de oferta menor, preocupação com os recursos naturais, necessidade de experiências autênticas, procura por melhor qualidade de vida e maior consciência ecológica faz surgir uma demanda por outras formas, identificadas com o natural, o orgânico, o verdadeiro e o autêntico (DIAS, 2003; MULLER, 2003; PAIVA, 1995).

Para que a atividade turística ocorra, cinco fatores são necessários: atratividade, amenidade, acessibilidade (do lado da oferta), capacidade de viajar e motivação (do lado da demanda). A atratividade está relacionada com os aspectos físicos ou a paisagem do lugar. Amenidades ou recursos estão ligados à presença de equipamentos e serviços turísticos como hospedagem, alimentação e transporte local. A acessibilidade refere-se aos meios de transporte e canais de distribuição que possibilitam o acesso ao destino pretendido. E finalmente é preciso ter capacidade de viajar que está associada à disponibilidade de tempo, dinheiro e saúde, além de se ter um motivo (LOHMANN, 2003).

Do ponto de vista da oferta, o turismo envolve uma gama de setores de bens e serviços. O produto turístico é composto por elementos tangíveis e intangíveis que estão vinculados a diversos tipos de atividades como alojamento, transporte, abastecimento de alimentos, recreação, operadores e agências de turismo. O conjunto das atividades que compõem a cadeia do turismo é denominado de a “indústria do turismo” ou o *trade* do turismo (DIAS, 2003; ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2004; PAIVA, 1995; SCHULTE, 2003). Para Wahab (1991), a concepção de indústria para a atividade turística diferencia-se da abordagem clássica, deve ser entendida como uma interpretação mais moderna da definição de indústria, em que um grupo de empresas produz bens que são substitutos perfeitos (ao olhar do consumidor), ainda que possam ser fisicamente diferentes. Podendo ser

⁴ Denominação dada pela escola de regulação francesa à generalização do consumo de massa (PAIVA, 1995, p. 13).

aplicado também para firmas que produzem usando o mesmo processo. Já para OMT [2004], a indústria do turismo é composta por segmentos cuja atividade principal é uma atividade característica do turismo.

A definição de turismo evoluiu ao longo do tempo. Alguns o definiram como sendo apenas os deslocamentos de estrangeiros dentro e fora de um país, cidade ou região (HERMAN VON SCHULLARD, 1910 apud WAHAB, 1991), outros excluíaam os deslocamentos e permanência relacionada a qualquer atividade remunerada (HUNZIKER, W. e KRAPH, K., 1942, apud WAHAB, 1991). Tribe (2003, p. 03) define turismo como movimento temporário para destinos que não sejam o local de moradia e de trabalho, “[...] durante pelo menos uma noite para lazer e férias, finalidades comerciais e profissionais ou outras finalidades de turismo”.

Ainda hoje não há muito consenso em relação ao tratamento conceitual do turismo. A fonte principal de dados, para a realização de estudos e pesquisas sobre turismo, é a Organização Mundial do Turismo (OMT), que disponibiliza dados sobre os fluxos do turismo internacional. Por esta razão, muitos estudos sobre o assunto o interpretam de forma muito restrita, não considerando o turismo doméstico (BUTLER; JONES, 2003).

Atualmente, a Organização Mundial do Turismo adota uma definição abrangente considerando turismo “[...] as atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanência em lugares distintos das imediações que fazem parte da sua rotina, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de ócio, por negócios e outros motivos, não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado[...]” (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2004, tradução nossa). Incluindo no conceito não apenas os turistas, ou, seja aqueles que pernoitam, mas também os visitantes do dia, os excursionistas. O conceito permite ainda identificar tanto o turismo internacional quanto o turismo interno.

A atividade turística tem apresentado uma diversidade de modalidades, para atender diversos segmentos da demanda. Dentre as várias formas que o turismo pode se assumir destaca-se o turismo rural.

2.2 O TURISMO COMO ATIVIDADE COMPLEMENTAR NO ESPAÇO RURAL

Estudos recentes indicam transformações de diversas dimensões no espaço agrário. Essas transformações abrangem a diversificação das atividades, sugerindo que o meio rural não pode ser considerado como exclusivamente agrícola. Dentre essas mudanças, estão as formas de ocupação e de emprego. Tanto no Brasil quanto no mundo, observa-se uma tendência de declínio do emprego na agricultura em consequência de vários motivos, dentre os quais, aqueles relacionados às mudanças estruturais da agricultura, como a modernização tecnológica e a queda da rentabilidade. Por outro lado, as ocupações em atividades não-agrícolas têm apontado para o crescimento. Atualmente, as atividades não-agrícolas representam 30% da população ativa do meio rural brasileiro. Entre essas atividades, destaca-se o crescimento daquelas ligadas ao comércio e aos serviços. As atividades não-agrícolas têm se constituído, com maior frequência, em fontes complementares de renda para as populações rurais, destas o turismo em áreas rurais vem se constituindo em uma alternativa com potencial de gerar emprego e renda no meio rural (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 1999; FROEHLICH; RODRIGUES, 2001; SCHNEIDER, 2000).

As mudanças, que ocorrem no meio rural, alcançam as interpretações entre campo e cidade que passam ser consideradas não mais como categorias opostas (rural/urbano, atrasado/moderno), mas como complementares passando a ter uma maior interação social viabilizada, sobretudo, pela oferta da atividade de lazer a partir da valorização do espaço rural pelas populações urbanas. Assim, se de um lado o turismo rural mostra-se como uma

possibilidade promissora com geração de emprego e renda para as áreas rurais, de outro, há um interesse crescente pelo lazer proporcionado por essas áreas. Há um movimento de revalorização dos elementos que compõem o modo de vida tradicional das áreas rurais. Assim, as manifestações culturais (através de festas, danças, músicas, jogos e brincadeiras), os produtos artesanais (como bebidas, alimentos típicos e peças artesanais), somados à forma de trabalho que utiliza mão-de-obra familiar e animais como meio de transporte, além dos recursos naturais dos espaços rurais constituem o conjunto de valores buscados pelo turista do segmento de turismo rural (FROEHLICH; RODRIGUES, 2001).

Neste contexto, o surgimento do turismo rural, de um lado, ocorre pela flexibilização que alcança o turismo, que passa a apresentar maior diversificação na oferta para atender a grande segmentação da demanda, e de outro, em decorrência da flexibilização que atinge a agricultura, com a diversificação em atividades não agrícolas (FROEHLICH; RODRIGUES, 2001; RODRIGUES, A., 2003).

Para alguns autores como Presvelou (2001), o turismo rural tem grande potencial de possibilitar o desenvolvimento integrado e endógeno de regiões rurais decadentes. Segundo a autora, nessas regiões, os baixos lucros da produção agrícola; a escassa oferta de emprego em tempo integral e; a elevada taxa de subemprego têm como consequência o êxodo rural para outras regiões ou para as cidades. Devido à migração ser principalmente de jovens e mulheres, as populações rurais envelhecem precocemente, impedindo assim um novo dinamismo dessas regiões. Nas regiões mais marginalizadas e de difícil acesso, esses sintomas de crise são intensificados pela pouca diversidade econômica e pela falta de infraestrutura básica.

A diversificação das atividades não-agrícolas, para muitos produtores rurais em crise, pode ser fundamental para a manutenção do negócio. O turismo rural, como atividade alternativa não-agrícola, pode representar a revitalização da cultura e da economia rural como

ocorreu em Lages (SC), nas fazendas de café do interior de São Paulo e nas fazendas de cacau na Bahia, podendo também contribuir para melhorias na infra-estrutura local (FROEHLICH; RODRIGUES, 2001; GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 2001). Em alguns aspectos, o turismo rural pode se constituir em forma acessível de diversificar considerando-se que a paisagem, os valores culturais, os animais, as instalações do estabelecimento e mão-de-obra já estão disponíveis. Mas por outro lado, a atividade requer capacitação do pessoal envolvido, pois se trata de uma atividade mais complexa e mais exigente do que outras desempenhadas no meio rural (BARRERA, 2001; CAVACO, 2003).

Para alguns atores (LABAT; PEREZ, 1994, apud GRAZIANO DA SILVA, 2001; PRESVELOU, 2001) o turismo rural integrado a outras atividades tem papel de grande importância na promoção do desenvolvimento local, revitalizando as áreas rurais através da criação de novas atividades no campo, empregos, infra-estrutura ente outros.

2.2.1 O espaço rural

Entre os países da União Européia há um grande número de denominações e também de divergências em relação à definição de turismo rural. Este fato é explicado, em parte, pelas diferentes formas de concepção sobre o espaço rural. Na Alemanha, Holanda, Bélgica, Luxemburgo e França, as áreas rurais são relacionadas a povoados dispersos excluindo-se as cidades, costas e montanhas. Na Itália as montanhas fazem parte das áreas rurais. Na Irlanda e Grã-Bretanha as áreas rurais são apenas aquelas de povoamento disperso, excluindo-se as aglomerações. Na Espanha, Portugal e Grécia o espaço rural é sinônimo de espaço agrícola, onde predomina a interpretação de rural em oposição ao urbano. Essas diferentes noções de rural se refletem na diversificada oferta do turismo em espaço rural ou em área rural (TER ou TAR) na Europa como os *gîtes ruraux* franceses equipados com até

seis camas, banheiro e cozinha; os *bed and breakfast* britânicos que ofertam quartos mobiliados e café da manhã e; as *casas de labranza* espanholas que se constituem em equipamentos de alojamentos e recreação associados obrigatoriamente a uma exploração agrícola (JOAQUIM, 2003).

A definição de rural é uma questão importante para o estudo do turismo rural, pois dela depende a definição deste último. No Brasil, o IBGE define áreas rurais como aquelas fora dos limites das cidades, cabendo às prefeituras municipais o estabelecimento dos critérios para tal definição. Esta definição faz com que áreas com o mínimo de adensamento que tenham acesso à infra-estrutura e serviços básicos se tornem urbanas. Assim, o meio rural é entendido como a parte ainda não urbanizada e quando alcança a emancipação social, este fato é, equivocadamente, interpretado como “urbanização do campo” (ABRAMOVAY, 2003). Outro equívoco apontado por Tulik (2003) está relacionado à arrecadação de impostos. Algumas vezes a busca por aumento na arrecadação municipal faz com que o perímetro urbano seja dilatado englobando áreas de características tipicamente rurais.

Abramovay (2003) distingue três formas dominantes de delimitação rural: a delimitação administrativa, a ocupação da mão-de-obra na agricultura e o tamanho da população. A delimitação administrativa é usada no Brasil e em alguns países latino-americanos. Em linhas gerais, segue as características descritas acima, apresentando uma concepção residual de rural. A segunda delimitação, relacionada à mão-de-obra ocupada na agricultura, é o critério de ruralidade mais usado. As localidades são consideradas rurais ou urbanas de acordo com a ocupação dominante, agrícolas ou não-agrícolas. Entretanto, esse critério mostra-se pouco eficiente frente à realidade rural de muitos países. Nos países desenvolvidos o percentual da população rural que depende exclusivamente da agricultura é reduzido, na França apenas 13 de cada 100 agricultores, e nos países em desenvolvimento o trabalho não-agrícola cresce mais que o trabalho agrícola. A terceira delimitação, associada

ao patamar populacional, é utilizada por países europeus e latino-americanos. Na Espanha, Portugal, Itália e Grécia são consideradas rurais as áreas com cerca de 10 mil habitantes. Na França menos de 2 mil e em vários países da América Latina, como Argentina, Bolívia, México, Venezuela, Honduras, Nicarágua e Paraguai, entre 1.000 e 2.500.

Em busca de superar as limitações dessas definições, Abramovay (2003) destaca três aspectos gerais do meio rural, para os quais tem convergido a literatura internacional: a relação com a natureza, a importância das áreas não-densamente povoadas e a dependência do sistema urbano. A pressão sobre o meio ambiente rural torna-se menor quando o peso da agricultura na ocupação e na renda rural torna-se baixo. Nos países desenvolvidos o uso dos espaços tem assumido novas funções como residenciais, recreativas e ambientais, não se resumindo exclusivamente à oferta agrícola. A incorporação de novas funções relacionadas com a natureza tem contribuído para a busca de práticas produtivas sustentáveis no espaço rural. Quanto às áreas não-densamente povoadas, várias são as características que as envolvem, tanto em países desenvolvidos quanto em países em desenvolvimento. Essas áreas tendem a apresentar os piores índices sociais, entretanto, não apresentam os transtornos e a insegurança da vida urbana, aspecto que tem levado a um movimento migratório em direção a essas áreas. Também apresentam menor sentimento de solidão que nas áreas metropolitanas, havendo maior proximidade familiar, comunitária e de vizinhança. Outro aspecto importante para as áreas rurais é o vínculo com os centros urbanos. Estes podem determinar os dinamismos das regiões rurais e ao mesmo tempo “[...] as pequenas aglomerações urbanas dependem de seu entorno disperso para estabelecer contatos com a economia nacional e global, seja por meio da agricultura, seja por outras atividades [...]” (ABRAMOVAY, 2003, p. 51). Todos esses aspectos, segundo o autor, compõem, em termos gerais, o significado de ruralidade que tenderá a se constituir cada vez mais em um valor para as sociedades contemporâneas.

2.2.2 O turismo em áreas rurais

De acordo com Ruschmann (2001), na Europa, no século XIX, já havia o interesse pelo lazer em áreas rurais, movido pela busca de tranquilidade fora dos centros urbanos. Mas o turismo rural como atividade reconhecida só se constitui a partir da década de 70.

Para Joaquim (2003), a França foi o país pioneiro no desenvolvimento organizado da atividade, constituindo em 1971 a primeira associação de Turismo em Espaço Rural e no ano seguinte publicando o Manifesto de turismo em espaço rural, que já estabelecia a complementaridade entre agricultura, turismo e artesanato, além de expressar a preocupação com a preservação do meio ambiente e do patrimônio histórico, arquitetônico e cultural. O documento também contém a preocupação de “[...] promover da cooperação de base local, bem como o desenvolvimento da atividade baseada na autenticidade rural e a comercialização de produtos específicos sujeitos a uma imagem de marca [...]” (JOAQUIM, 2003, p. 35).

A política atual de desenvolvimento do turismo rural na França estimula as instituições de planejamento locais, municipais e regionais a trabalharem em parceria objetivando o estímulo de produtores ou prestadores de serviços turísticos a criarem estruturas de acolhimento e a se organizarem. A estrutura de alojamentos turísticos no meio rural do país representa 52% da capacidade total, 28% das estadas e 22% dos gastos dos turistas (LAURENT; MAMDY, 2001).

Apesar de algumas diferenças de um país para outro, o TER europeu teve como inspiração o modelo francês. A evolução do TER europeu se dá a partir do retorno daqueles que emigraram da zona rural em busca de condições mais favoráveis nas cidades, como no caso espanhol, e também pela “[...] motivação de intercâmbio entre as famílias de agricultores [...]” (BARRERA, 2001, p. 194), como ocorreu na Itália. Outras características da atividade são a organização e a oferta de diferentes alojamentos que, na maioria dos

países, é regulamentada desde o início do desenvolvimento da atividade (TULIC, 2003). Na Áustria, Suíça e Suécia 20% dos agricultores recebem turistas, na Alemanha são 8%, na Holanda 4% e na Itália 6% (CAVACO, 1996, apud GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO e DALE, 2001). Segundo Barrera (2001), mais de 5% dos produtores rurais franceses fazem parte do circuito de turismo rural do país e no Reino Unido 24 mil agricultores oferecem serviço de alojamento.

A oferta de alojamentos em estabelecimentos rurais também é praticada na Austrália e Nova Zelândia, Estados Unidos e em países da América do Sul como Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai (BARRERA, 2001).

Na América Latina os três países como maior número de estabelecimentos dedicados ao turismo rural, em 2000, foram Argentina com 870, Chile com 450 e Brasil com 350. A perspectiva, para os próximos anos, é de crescimento da atividade nesses países. No caso da Argentina a expectativa de crescimento é de 20% nos próximos 2 anos e de 15% nos próximos 4 anos. Para o Brasil, a tendência de crescimento para ambos os períodos é de 20% (WYSS, 2003).

A definição de turismo rural ainda é objeto de discussão para muitos autores. Os diferentes critérios utilizados na tentativa de conceituar e classificar essa modalidade de turismo tem gerado um grande número de abordagens. Algumas consideram que turismo rural abrange outras formas de turismo realizadas no espaço rural e outras ao contrário o consideram como parte de determinada modalidade de turismo. Nesta perspectiva, serão apresentadas algumas abordagens sobre a classificação e/ou identificação de modalidades de turismo rural, bem como as definições das modalidades de turismo que podem ser desenvolvidas em estabelecimentos agropecuários como o agroturismo, turismo rural, o ecoturismo ou turismo ecológico e o turismo cultural.

Tulik (2003) relaciona 8 formas de TER (o turismo alternativo, turismo no espaço rural ou turismo em área rural, turismo em áreas rurais e naturais, turismo na natureza, turismo cultural, agroturismo e turismo rural) que considera mais comum. Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (2001) identificam 13 novas atividades não-agrícolas (chácaras de recreio e condomínios rurais, pesca amadora, turismo em rios e represas, fazenda hotel, hotel fazenda, complexos hípicas, leilões e exposições agropecuárias, festas de rodeio, fazendas de caça, fazenda escola, visitas programadas e cursos especiais e artesanato) desenvolvidas no meio rural brasileiro. Barrera (2001) identifica 12 modalidades (agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo desportivo, turismo técnico-científico, turismo educativo, eventos, turismo de saúde, turismo gastronômico, turismo em comunidades autóctones e comunidades de recreação e retiro) que o turismo rural argentino pode assumir. Rodrigues (2003) classifica em dois grandes grupos o turismo rural brasileiro: o turismo rural tradicional relacionado ao patrimônio cultural, com 3 modalidades (turismo rural de origem agrícola, o de origem pecuarista e o de colonização européia) e o turismo rural contemporâneo que apresenta equipamentos instalados mais recentemente, a partir da década de 70, com 9 modalidades (os hotéis-fazenda, as pousadas rurais, os spas rurais, segunda residência campestre, campings e acampamentos de rurais, turismo de caça e pesca, turismo rural místico ou religioso, turismo rural científico-pedagógico e turismo rural etnográfico).

Os autores citam algumas atividades turísticas que são desenvolvidas no meio rural, mas que nada tem a ver com as rotinas do dia a dia desses lugares. Para esses autores o turismo rural deve estar relacionado às especificidades do meio rural e à produção agropecuária (BARRERA, 2001; GRAZIANO DA SILVA, VILARINHO; DALE 2001; RODRIGUES, A., 2003; TULIK, 2003). Rodrigues (2003) denomina de turismo periurbano (quando ocorre pernoite) e lazer periurbano (quando for apenas visita) para as formas de turismo e lazer que não sejam especificamente rurais, como restaurantes, pousadas, pesque-

pague, lanchonete etc., que não têm ligação histórica com o lugar e apenas apresentam o vínculo geográfico com as áreas rurais.

Algumas dessas modalidades surgiram como forma de “turismo alternativo” ao modelo “sol e praia”. O turismo alternativo, segundo Wearing e Neil (2001, apud DIAS, 2003), surge em oposição ao turismo convencional, sendo interpretado como aquele que busca minimizar os impactos ambientais e socioculturais negativos provocados pelo turismo convencional, compreendendo o agroturismo, ecoturismo, espeleoturismo, turismo de aventura, montanhismo, canoagem e também o turismo rural. Entretanto, essas formas de turismo, por si só, não garantem que a atividade seja desempenhada de forma mais harmônica com a natureza. Algumas dessas modalidades são caracterizadas por apresentar pequena escala, mas outras não necessariamente. Como coloca Tulik (2003), muitas formas de turismo não urbano têm se constituído em turismo de massa.

2.2.2.1 Agroturismo

O agroturismo surgiu na Europa nos anos 60, tendo se desenvolvido principalmente na Itália. Em alguns países como a Espanha, o agroturismo e o turismo rural são usados como sinônimos. Outros países como a Bélgica, Dinamarca e França têm designações específicas como *gîtes à la ferme*, agriturismo, e camping-granja respectivamente (TULIK, 2003). Em Portugal, o turismo em espaço rural e suas modalidades são regulamentados. O agroturismo, como uma dessas modalidades, corresponde às casas de habitação rurais inseridas na exploração agrícola que oferecem ao turista a possibilidade de participação nas atividades da propriedade (RIBEIRO, 2001). Nos países europeus o agroturismo, em linhas gerais, desenvolve-se como atividade complementar, integrado a uma propriedade rural ativa, sendo administrado e conduzido pela família com a presença do proprietário, oferecendo ao turista

alojamento na propriedade e possibilidade de participação nas atividades do estabelecimento (TULIK, 2003).

2.2.2.2 Turismo rural

Em muitos países, o turismo rural é usado como uma designação genérica às modalidades de turismo compreendidas no espaço rural, sendo muitas vezes empregado como sinônimo de TER ou TAR. Essa concepção comum na Europa, ao generalizar turismo rural, algumas vezes considera atividades de lazer desenvolvidas em áreas não urbanas como caça, alpinismo, balneários, termas esportivos etc., que não têm nenhuma ligação com o cotidiano do meio rural. Segundo Cunha (2001, apud TULIK, 2003, p. 31), a expressão abrange as atividades turísticas desempenhadas no meio rural, não delimitando seu âmbito nem definindo seu conteúdo. Nesta linha, Cals, Capellà e Vaqué (1995, apud GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 2001), consideram o turismo no espaço rural ou em áreas rurais aqueles concernentes ao conjunto dos movimentos turísticos que são desenvolvidos no meio rural, no qual o turismo rural está inserido. Esse conjunto de movimentos, como observam Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (2001), considera tanto as atividades de serviços tradicionais como o turismo rural e agroturismo, quanto às atividades de lazer denominadas de turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de negócio, turismo cultural, turismo de saúde, turismo de aventura, esportivo, entre outros.

Rodrigues (2003), observa a imprecisão das definições de turismo rural no Brasil baseadas no padrão europeu. Por se tratarem de realidades diferentes, a autora considera que as adaptações podem resultar em equívocos. Neste sentido, Sigardo (2003) adverte para a diferença do turismo rural entre Brasil e Portugal, quanto à organização e ao desenvolvimento. Em Portugal, a definição é baseada na tipificação e classificação dos

equipamentos de hospedagem⁵ que são regulamentados. No Brasil, porém, o conceito é mais abrangente incluindo além dos recursos rurais, as atividades esportivas e ecológicas, e também os elementos culturais e o modo de vida das populações rurais, e em relação à regulamentação há somente uma proposta nas Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil do MTUR de 2003.

O conceito de turismo rural adotado pela Embratur passou por modificações nos últimos anos. No Manual Operacional do Turismo Rural de 1994, a definição tinha um caráter múltiplo incluindo turismo diferente, turismo interior, turismo doméstico, turismo integrado, turismo endógeno, turismo alternativo, agroturismo e turismo verde como variedades de turismo rural, concebido pelos habitantes respeitando a sua identidade, sendo um turismo rural em todas as suas formas (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 2001). Para Tulik (2003), esta definição, em sentido amplo, refletia a interpretação do TER europeu, embora não incluísse o ecoturismo.

Nas Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil, de 2003, a definição de Turismo Rural foi estabelecida como: “[...] o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003, p. 7).

Entende-se atividade turística no meio rural como a oferta de serviços, equipamentos de hospedagem, alimentação, recreação, entretenimento e atividades pedagógicas relacionadas ao cotidiano rural e outras atividades complementares vinculadas ao turismo ou a visitação. O meio rural é visto não só como território destinado às práticas agrícolas, mas que incorpora a noção de ruralidade. Mesmo que as atividades agrícolas não se verifiquem

⁵ Casas antigas de reconhecido valor arquitetônico ou casas rústicas com características rurais (JOAQUIM, 2003).

em escala comercial, o comprometimento com a produção agropecuária pode ser representado pela presença de ruralidade relacionada às práticas sociais de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato e pelo modo de vida típico de cada região. A partir da atividade turística, o meio rural tem seus produtos e serviços valorizados, as práticas comuns da vida campesina, como manejo de criações, cultura, paisagem, passam a constituir o produto turístico rural, bem como, a possibilidade de verticalização da produção em pequena escala como refeição, produtos lácteos, conservas, entre outros. O resgate e a promoção do patrimônio cultural e natural pode ser contemplado com a inclusão na oferta turística rural, das manifestações da cultura regional como folclore, artesanato, gastronomia, além do ambiente natural, cuja conservação passa a ter papel importante como componente do produto turístico (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003).

Esta última definição, diferente da adotada em 1994, exclui as outras formas de turismo desenvolvidas no espaço rural, ou seja, aquelas que não apresentam identidade com meio. Assim, o documento considera o turismo rural e o agroturismo, como atividades que envolvem práticas características do meio rural, distinguindo-os das outras modalidades de turismo que aí se estabelecem.

Mesmo considerando as atividades que possuem identidade como o meio rural, as propriedades rurais podem oferecer experiências híbridas de turismo, como em alguns casos descritos por Rodrigues (2003) nos estados de Minas Gerais e São Paulo, em que práticas de turismo rural, como as cavalgadas, oferecem verdadeiras experiências de ecoturismo. A autora propõe que em casos difíceis de distinguir turismo rural e ecoturismo a denominação turismo eorrural poderia ser adequada. A exploração desse turismo híbrido é possível quando a propriedade dispõe de áreas relativamente conservadas. O estado do Mato Grosso

do Sul é um exemplo disso, onde a paisagem e os recursos naturais da região do Pantanal compõem a oferta do turismo rural (TULIK, 2003).

Segundo Joaquim (2003), o turismo rural originou expressões da “moda”, entre as quais o ecoturismo. A expressão turismo rural por sua complexidade e abrangência, é uma designação mais genérica⁶, enquanto a expressão ecoturismo, até pouco tempo atrás, não era muito conhecida (RODRIGUES, 2003), cruzando com o turismo rural na década de 90 (CAVACO, 1996; apud GRAZIANO da SILVA; VILARINHO; DALE 2001). Para Talavera (2002), o turismo rural, por buscar combinar natureza, contato humano e cultura com baixo nível de impactos e benefícios para turistas e população local, foi o indutor, em grande parte, das modalidades: turismo étnico, turismo cultural e ecoturismo.

2.2.2.3 Ecoturismo

Em relação ao ecoturismo, segundo a OMT, não existe muito consenso em relação à sua definição devido à diversidade de formas ofertadas desse tipo de turismo, contudo, essa modalidade é caracterizada, em linhas gerais, como a forma de turismo cuja motivação principal é a observação e apreciação da natureza ou das culturas tradicionais dominantes em áreas naturais. Geralmente é organizado por empresa especializada para pequenos grupos, com a preocupação de reduzir os possíveis impactos negativos sobre o ambiente natural e sócio-cultural. Tem caráter educativo e contribui para a proteção das áreas naturais (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2004).

2.2.2.4 Turismo cultural

Quanto ao turismo cultural, Schulte (2003) define como visitas realizadas com objetivo principal de conhecer aspectos da cultura de antigos e atuais habitantes do lugar visitado,

⁶ Do ponto de vista do conceito europeu que considera turismo rural sinônimo de turismo em espaço rural.

como os costumes, arquitetura, manifestações artísticas, gastronomia e outros. Pode ser interpretado também como participação em novas e profundas experiências culturais, alcançando as percepções estéticas, intelectuais, emocionais ou psicológicas (STEBBINS, 1998; apud TALAVERA, 2002). Todas as formas de turismo envolvem a cultura do lugar, incluindo o turismo rural (TULIK, 2003), cujo produto ofertado é fortemente composto por elementos culturais.

Considerando-se a abordagem conceitual discutida, entende-se para o delineamento deste trabalho que o turismo rural é uma prática relacionada à atividade agropecuária, aos costumes, às tradições, ao artesanato e à cultura que caracteriza determinada região, além do ambiente natural, ou seja, deve conter os aspectos atribuídos ao significado de ruralidade. Assim, o turismo rural pode oferecer tanto atrações tipicamente rurais quanto aquelas relacionadas ao ecoturismo, inseridas em um determinado contexto cultural. Deste modo, excluem-se dessa modalidade outras formas desatreladas do conteúdo rural.

Esse entendimento mais amplo e ao mesmo tempo atrelado à noção de ruralidade é o que mais se ajusta ao turismo rural desenvolvido nos municípios de Soure e Salvaterra na ilha do Marajó. Como ocorre em outras regiões do país, que ainda dispõem de áreas conservadas, como o Pantanal, o turismo rural do Marajó caracteriza-se por apresentar uma ofertada que permeia por outras modalidades como o ecoturismo, incluindo manifestações culturais, gastronomia, arqueologia, a rotina da fazenda marajoara e em alguns casos em que as fazendas estão próximas de praias, o turista ainda pode desfrutar das mesmas. Nos meios de divulgação, que as fazendas utilizam, é comum a oferta de atividades tipicamente rurais como ordenhas, participação no manejo do gado, passeios a cavalo, búfalo ou carroça, visitação a queijaria, apresentação de danças típicas, entre outros, juntamente com ofertas relacionadas ao ecoturismo como a observação de animais silvestres, trilhas ecológicas (em que também é possível conhecer um pouco da botânica da Amazônia) e passeios de canoa em rios e

igarapés. Algumas fazendas também incluem nas atrações museus arqueológicos, réplicas de cemitérios indígenas (para observação das peças em cerâmica utilizadas como urnas que apresentam desenhos decorativos e formas variadas), sendo possível também observar, em algumas áreas conservadas, restos antigos de cerâmicas na superfície do solo.

2.2.3 O turismo rural no Brasil

A visitação em fazendas, no Brasil, é antiga, mas só na década de oitenta passou a ser considerada uma atividade econômica e caracterizada como turismo rural. A experiência pioneira ocorreu na região Sul, no município de Lages, em Santa Catarina. Na década de 90 as propriedades do Rio Grande do Sul também passaram a fazer turismo rural. Atualmente, essa modalidade de turismo é praticada em todas as regiões do país. Em todos os estados, onde esse turismo é praticado, a exploração procura associar herança cultural à produção agropecuária. Além de contar, na maioria dos casos, com o apoio de alguma instituição local, como associações, sindicatos, governo e entidades de assistência técnica e consultoria.

Na região Sul, particularmente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, a atividade une a produção de uva e vinhos às manifestações culturais, gastronomia, e outros influenciados pela colonização européia. Geralmente, a empresa é familiar e além da hospedagem e outras atividades, o visitante ainda participa de atividades rotineiras da fazenda. Santa Catarina, atualmente, possui cerca de 1.300 leitos rurais, e o Rio Grande do Sul, tem aproximadamente 20 propriedades rurais com 250 leitos rurais. No estado do Paraná a atividade ainda é pouco desenvolvida, mas as áreas aonde a atividade ocorre estão ligadas ao tropeirismo, às romarias religiosas e aos roteiros gastronômicos. O desenvolvimento da atividade em Santa Catarina, conta com o apoio do Sebrae e da Associação Brasileira de Turismo Rural (Abraturr); no Rio Grande do Sul a atividade tem o apoio da Companhia

Riograndense de Turismo (Crtur) e do Sebrae e; o estado do Paraná conta com o apoio institucional da Paranatur (ZIMMERMANN, 2001; TULIK, 2003).

Na região Sudeste, o turismo rural é desenvolvido principalmente nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo. No estado de São Paulo a atividade teve início em 1996 a partir do programa “Volta ao Campo” promovido pelo Sebrae-SP e por algumas prefeituras. No turismo rural desenvolvido no estado destacam-se as fazendas do ciclo do café, principalmente no Vale do Paraíba. Atualmente, estima-se que cerca de 100 propriedades ofereçam hospedagem rural com oferta total em torno de 1.000 leitos. No Espírito Santo, a atividade recebe o nome de agroturismo e se originou por iniciativa dos produtores locais. O desenvolvimento mais intenso do turismo rural ocorreu no município de Venda Nova do Imigrante, caracterizado por forte influência da colonização italiana, estruturado no associativismo e na comercialização informal dos produtos. A atividade é fomentada pelo Governo do Estado, pelas prefeituras, pelo Sebrae e pelas associações regionais. Em Minas Gerais a atividade é impulsionada a partir da criação da Associação Mineira de Turismo Rural (Ametur), que conta com 20 associados e um número de leitos rurais de aproximadamente 800. O estado tem uma oferta diversificada de turismo rural, incluindo roteiros em áreas urbanas. Além da Ametur, a atividade conta com apoio institucional do Governo do Estado e com algumas parcerias com o Sebrae. No Rio de Janeiro existem poucas iniciativas. O turismo rural é desenvolvido em antigas e tradicionais fazendas da época do ciclo do café. Parcerias entre do Sebrae-RJ com entidades e prefeituras vem apoiando novas iniciativas (RODRIGUES, A., 2003; TULIK, 2003).

Na região Centro-Oeste, o estado do Mato Grosso do Sul iniciou a atividade em 1995 a partir da parceria entre o Sebrae/MS e o Governo do Estado. O estado dispõe de uma oferta de aproximadamente 450 leitos distribuídos entre 50 propriedades, destas 60% são de pousadas pesqueiras. No Distrito Federal, o turismo rural teve início em 1996 com iniciativa

das pequenas propriedades rurais, aqui predominam os restaurantes rurais e a comercialização de hortifrutigranjeiros. Mais recentemente, incentivados pelo crescimento da atividade, alguns produtores passaram a ofertar hospedagem em pousadas e hotéis fazenda. Inicialmente a atividade contou com o apoio do Sindicato Rural e posteriormente com o Sebrae-DF. Em Goiás a atividade é recente com poucas iniciativas e conta também com o apoio do Sebrae. O estado do Mato Grosso conta com grande potencial para o desenvolvimento do turismo em espaço rural como o turismo rural, o ecoturismo e o turismo de aventura, porém, existem apenas algumas iniciativas isoladas que atuam sem apoio institucional (ZIMMERMANN, 2001; TULIK, 2003).

Na região Nordeste o turismo rural vem sendo desenvolvido na Bahia, Ceará, Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte. Na Bahia teve início em 1997 com a exploração da atividade realizada principalmente nas antigas fazendas de cacau. Em 1999 existiam no estado cerca de 30 propriedades ofertando diferentes modalidades de turismo no espaço rural, dispondo de 800 leitos. A atividade conta com o apoio do Governo do Estado e do Sebrae. No Ceará, a atividade é desenvolvida há quatro anos com o apoio do Governo do Estado. A atividade conta com uma associação a Associação Cearense de Turismo Rural (Acetur) criada em 1999. No estado de Pernambuco, o turismo rural vem sendo desenvolvido há cerca de oito anos. A atividade no estado envolve propriedades do Agreste e de alguns engenhos açucareiros do litoral da Zona da Mata. A atividade conta com o apoio do Governo do Estado, do Sebrae, da Associação Pernambucana de Ecoturismo (Apeco) e da Associação Pernambucana de Turismo Rural e Ecológico (Apeturr) criada em 2002. No estado da Paraíba, apesar de recente a atividade já conta com uma associação, a Associação Paraibana de Turismo Rural (Apetur) e vem recebendo apoio institucional do Sebrae-PB. O Rio Grande do Norte possui algumas iniciativas isoladas no interior do estado que contam com apoio do Governo do Estado e do Sebrae-RN (ZIMMERMANN, 2001).

A região Norte apresenta grande potencial para o desenvolvimento do turismo em áreas naturais. Este segmento do turismo é explorado em alguns estados, como o turismo em reservas extrativistas no Acre e experiências ligadas ao ecoturismo no estado do Amazonas. Em relação ao turismo rural, a prática é recente nos estados do Amapá, Rondônia e Pará. No estado do Pará, na ilha do Marajó, os serviços de lazer e hospedagem rural vem sendo oferecidos por alguns produtores rurais desde 2002. Nestes estados, o desenvolvimento da atividade vem recebendo o apoio dos governos estaduais e do Sebrae (ZIMMERMANN, 2001; RODRIGUES, A., 2003; SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DE RONDÔNIA, 2005).

Essas experiências verificadas no país mostram uma forma comum de buscar o desenvolvimento do turismo rural através de ações integradas que envolvem a participação de vários agentes e práticas associativas. Nestes termos, o produto turístico rural resulta, não do esforço individual, mas do empenho do conjunto ou do arranjo das instituições envolvidas (econômicas ou não-econômicas) na efetivação da atividade.

2.3 OS ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS

A atividade turística envolve, em termos gerais, empresas de diversas atividades, suas entidades representativas e instituições públicas, entre outras. O conjunto de instituições que desenvolve atividades correlatas está territorialmente próximo e apresenta determinados vínculos, pode constituir-se em um arranjo produtivo local (APL), ou sistema produtivo e inovativo local (SPIL). Nestes termos, os arranjos e os sistemas produtivos e inovativos locais (ASPIL) podem representar melhoria da competitividade das empresas e maior capacidade inovativa, como resultado da contínua interação entre as instituições que compõem o arranjo. O processo que leva à formação de um ASPIL, para alguns autores, é

“natural”, ou seja, os ASPIL não são “criados”, eles surgem a partir de contextos históricos em que identidades e relações territoriais são desenvolvidas sobre uma conjuntura social, cultural, política e econômica comum. Nesta perspectiva, o poder público e as instituições coletivas podem exercer o importante papel de identificação e promoção desses ASPIL, que podem desempenhar fundamental contribuição para o desenvolvimento local (CASSIOLATO; LASTRES, 2003c; MAMBERTI; BRAGA, 2004; LASTRES; CASSIOLATO, 2005; VARGAS, 2002a).

A Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (RedeSist)⁷ define SPIL como “[...] conjuntos de agentes econômicos, políticos e sociais localizados em um mesmo território, desenvolvendo atividades econômicas correlatas e que apresentem vínculos expressivos de produção, interação, cooperação e aprendizagem” (LASTRES; CASSIOLATO, 2005, p. 1). Além das empresas, que podem ser produtoras de bens e serviços finais, fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de serviços, comercializadoras, clientes, representações e associação, entre outras, os SPIL, compreendem instituições públicas e privadas voltadas para formação e capacitação de recursos humanos, pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento (LASTRES; CASSIOLATO, 2005). Os APL, por outro lado, são definidos como aglomerações produtivas fragmentadas, ou seja, não apresentam todos os atores presentes nos SPIL, possuindo articulação pouco expressiva entre os agentes, portanto não podendo ser configurados como sistema (LASTRES; CASSIOLATO, 2005; CASSIOLATO; SZAPIRO; LASTRES, 2004).

A abordagem dos ASPIL pela RedSist (2003) considera que a produção de qualquer bem ou serviço, com raras exceções, terá sempre um arranjo em seu entorno, podendo ser

⁷ Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais (RedSist) é uma rede de pesquisa interdisciplinar, formalizada em 1997, com sede no Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, conta com a participação de várias universidades e institutos de pesquisa no Brasil além de parcerias com outras organizações internacionais.

tanto arranjos complexos e articulados quanto os mais rudimentares, caracterizando-se por apresentar dimensão territorial; diversidade de atividades e atores econômicos, políticos e sociais; conhecimento tácito; inovação e aprendizados interativos, governança e grau de enraizamento.

O estudo dos ASPIL fundamenta-se nas teorias evolucionistas, sobre inovação e mudança tecnológica, de Nelson e Winter (1982), e neo-schumpeteriana, sobre sistemas de inovação, desenvolvida por Freeman (1987) e Lundvall (1988) (VARGAS, 2002a).

A partir dos anos 70, com a crise do fordismo – modelo de produção em massa em que grandes empresas verticalmente integradas dominavam os mercados e baseado na competição de preços -, o novo padrão que se impõe é marcado pelo progresso tecnológico, em que a informação e a comunicação constituem-se em importantes fatores de dinamização desse padrão como difusoras de informação e conhecimento, os quais consistem em instrumentos essenciais no processo inovativo. A inovação neste novo padrão torna-se o principal fator de competitividade com um alcance abrangente, induzindo mudanças não apenas nos setores de ponta (CASSIOLATO; LASTRES, 2003b; LEMOS, 2002).

As abordagens neo-schumpeteriana e evolucionista destacam o conhecimento e o aprendizado interativos como elementos chave no processo de inovação. Este processo é visto a partir das interações entre as instituições, territorialmente próximas, envolvendo cooperação e conhecimento local. O enfoque neo-schumpeteriano ressalta a natureza localizada e particular do conhecimento e do processo de aprendizado, destacando a importância do conhecimento tácito e o ambiente sociocultural (instituições, organizações e suas políticas) em que estão inseridos os atores econômicos. Em complemento, a teoria evolucionista aborda a mudança tecnológica como um processo endógeno, em que o crescimento das empresas é determinado por suas próprias características internas. As rotinas e a habilidade de aprender da firma são importantes não só para a sua sobrevivência, mas

fundamentalmente para construção de novas competências. Assim, inovação e aprendizado são concebidos como resultado do conhecimento acumulado inserido em um contexto econômico, histórico, social, institucional, político e espacial que dependem de interação. (CASSIOLATO; LASTRES, 2003a; VARGAS, 2002b).

A inovação, nestes termos, passa a ser entendida como um processo que envolve complexas interações entre ambiente socioeconômico e as mudanças tecnológicas, ocorrendo de forma não linear, em que as pesquisas básica e aplicada podem ocorrer simultaneamente ou ter seqüência invertida, ao contrário da visão neoclássica que via o processo tecnológico de forma linear e exógena, em que a pesquisa percorria um caminho seqüencial: pesquisa pura, pesquisa aplicada e mercado. A abordagem do seu significado não se restringe a apenas tecnologias absolutamente novas em termos mundiais, assim a inovação é entendida como processo pelo qual as empresas implantam e dominam produtos, processos e formas organizacionais que são novos para ela, podendo não ser para seus concorrentes. A inovação entendida assim constitui-se em fator estratégico para competitividade da empresa, mas que não ocorre de forma isolada. Na visão evolucionista, o processo inovativo da firma ocorre através da troca de diferentes tipos de conhecimentos com vários agentes econômicos e sociais (CASSIOLATO; LASTRES, 2003; LASTRES; CASSIOLATO, 2005; DINIZ, 2000).

Existem, na economia, várias formas que levam à construção de competências e aprendizado. Esse processo pode estar relacionado com o aumento da eficiência pelo acúmulo de experiência, o *learning by doing*, pelo uso contínuo de determinado bem ou serviço, o *learning by using* e pela interação entre ofertantes e demandantes, o *learning by interacting* (LUNDVALL; NIELSEN, 2003). Esta última é considerada a mais importante forma de intensificar competências dentro de um arranjo. Nesse processo de aprendizado interativo, entre firmas, e entre estas e as diferentes instituições, destaca-se o importante papel da cooperação. As cooperações horizontais e verticais entre as firmas, bem como entre

clientes, fornecedores, centros de pesquisa, escolas técnicas, atores públicos e privados, que representem fontes relevantes de capacitação, são essenciais para geração, difusão e uso de novos conhecimentos (VARGAS, 2002b).

Neste contexto, o conhecimento em suas várias formas, codificados ou não, tem papel fundamental. Segundo Dosi (1991) e Dosi e Nelson (1994), o conhecimento científico estabelece um conjunto de teorias, princípios e de premissas básicas a partir das quais poderá se desenvolver a tecnologia. Esse conhecimento está mais relacionado com a noção de experimento, podendo ser especificado de forma precisa e ter uma linguagem comum. Dessa forma assume caráter internacional considerando que as instituições de desenvolvimento científico tornam amplos os fluxos de informações entre os países. O conhecimento tecnológico, por outro lado, tem fundamentalmente caráter local, visto que o aprendizado depende da história anterior, dos êxitos e fracassos da tecnologia. As habilidades, as competências e as capacidades organizativas de caráter tecnológico se desenvolvem comumente, de forma incremental, a partir de experiências e vantagens anteriores. Deste modo, a transferência de conhecimento tecnológico é mais difícil de ocorrer de um país para outro que o conhecimento científico.

O Conhecimento técnico ou o “como fazer” (*Know-how*) é basicamente tácito, por isso não está codificado, e conseqüentemente é difícil de ser transmitido. É um conhecimento que leva muitos anos de experiência, envolvendo práticas diárias e interativas ao lado de quem domina determinado saber. Podendo ser também desenvolvido por meio de práticas comerciais rotineiras com clientes, fornecedores, subcontratados e outros (LUNDVALL, 1996).

O conhecimento científico ou formal é fundamental para o processo de geração tecnológica, podendo ser transmitido através dos livros, aulas, manuais e outros. Entretanto, conhecimento tácito que é essencialmente local, por ser difícil de se quantificar, codificar,

ponderar, prever ou determinar torna-se um fator estratégico no processo inovativo (CASSIOLATO; LASTRES, 2003a; DINIZ, 2000).

Assim, os agentes produtivos vinculados a determinado espaço podem gerar diferenciação local do desenvolvimento. Tal diferenciação está relacionada com elementos naturais, econômicos, sociais, culturais, históricos e políticos, do espaço em questão, que constituem a identidade local. Essa identidade permite uma singularidade territorial não passível de ser reproduzida ou copiada, podendo se constituir em um diferencial competitivo. As vantagens da proximidade local, que incluem redução de distâncias, facilidade do contato direto e intercâmbio de conhecimento entre outros, possibilita o surgimento das aglomerações produtivas inovativas (DINIZ, 2000; SANTOS; CROCCO; LEMOS, 2002). Entretanto, é importante destacar que a noção de proximidade territorial não está limitada somente à localização das atividades, está relacionada à proximidade de fatores institucionais, culturais e tecnológicos, visando o intercâmbio de conhecimentos tácitos e codificados (VARGAS, 2002a).

Do ponto de vista das economias territoriais, a territorialidade é definida por Storper (apud VARGAS, 2002b, p. 161), como um conjunto de atividades econômicas que depende de recursos em forma de ativos territoriais, no sentido material, e relacionais a partir de relacionamentos e arranjos inter-organizacionais em um contexto de proximidade territorial entre os atores. Assim, a proximidade territorial constitui-se em condição necessária, mas não suficiente para a existência de aglomerações produtivas (VARGAS, 2002a).

O grau de territorialidade, nestes termos, irá depender do nível de enraizamento das especificidades que proporcionam criação de capacidades inovativas. As formas de coordenação, o tipo de mercado a que se destina a produção e o valor agregado da produção podem indicar o grau de enraizamento. No caso brasileiro, como mostram Cassiolato, Szapiro e Lastres (2004), com base no estudo de 26 ASPIL, os arranjos governados por grandes

firmas e com produção destinada ao mercado nacional tendem a apresentar graus de territorialidade mais elevados. Por outro lado, quando a coordenação ocorre em rede, o alto ou médio grau de territorialidade do arranjo está relacionado a especificidades locais. Em relação ao alto valor agregado do produto, em geral, envolve atividades com maior teor tecnológico e de conhecimentos realizados no local, e conseqüentemente maior territorialidade, mas existem casos em que o produto tem baixo valor agregado, com alta territorialidade relacionada ao destino da produção, como o caso do APL de calçado e couro da Paraíba, onde os produtos têm baixo valor agregado e atendem exigências da demanda local.

O ambiente competitivo proporciona vantagem às empresas médias e pequenas por possuírem maior especialização, flexibilidade, cooperação interfirma e estrutura menos hierárquica. Essas características possibilitaram adaptação mais rápida às mudanças e às inovações (LEMOS, 2002).

O acúmulo de conhecimento, que gera inovações dando origem a um novo paradigma, envolve uma ambiência com a participação de uma diversidade de atores, incluindo empresa, universidades, governos etc., que interagem e estabelecem formas de coordenação das atividades ao longo da cadeia produtiva. Essas formas de coordenação recebem a denominação de governança (CASSIOLATO; SZAPIRO, 2003; SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2003). No estudo dos APL, a governança está relacionada à forma como ocorre a coordenação, a intervenção e a participação nos processos de decisão locais pelos diferentes atores (governos, empresas, cidadãos e trabalhadores, organizações não-governamentais, entre outros), e “[...] das diversas atividades que envolvem a organização dos fluxos de produção, assim como o processo de geração, disseminação e uso de conhecimentos” (REDSIST, 2005, p. 12).

A estrutura de governança é construída pelas relações verticais e horizontais entre os agentes de uma cadeia produtiva. A condução dessas relações pode ser determinada por processos meramente de mercado ou por processos interativos entre esses agentes. Assim, a governança pode assumir formas hierárquicas - quando há assimetrias entre os agentes da cadeia produtiva, podendo ser assumida por uma ou algumas empresas que exercem influência sistemática sobre as outras empresas -, ou de rede, quando há ausência de forma local de governança, ou seja, de uma grande empresa que exerça governança sobre as demais. Neste caso, as relações são determinadas pelo mercado. A governança também pode ser privada, quando as associações de classe exercem o papel de coordenação da aglomeração, ou pública quando este papel é assumido pelos governos locais. (SUZIGAN; GARCIA; FURTADO, 2003; CASSIOLATO; SZAPIRO; LASTRES, 2004).

O Estado tem papel muito significativo no processo de geração e difusão de novos conhecimentos através da criação de instituições facilitadoras desse processo e do incentivo a alianças estratégicas no sentido de estimular interações entre os agentes econômicos e não-econômicos objetivando a produção de novas capacitações (DINIZ, 2002; KUPFER; FERRAZ; DE PAULA, 2002).

Em consonância com essa análise, as Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil, do Ministério do Turismo, foram definidas sob o enfoque de arranjos produtivos locais, compreendendo turismo rural “[...] como uma atividade de promoção do desenvolvimento sustentável, tendo como principal estratégia a constituição de redes de parceiros em diferentes níveis e núcleos de atuação, que garantam a fluência permanente de informações e o planejamento integrado” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2003, p. 11).

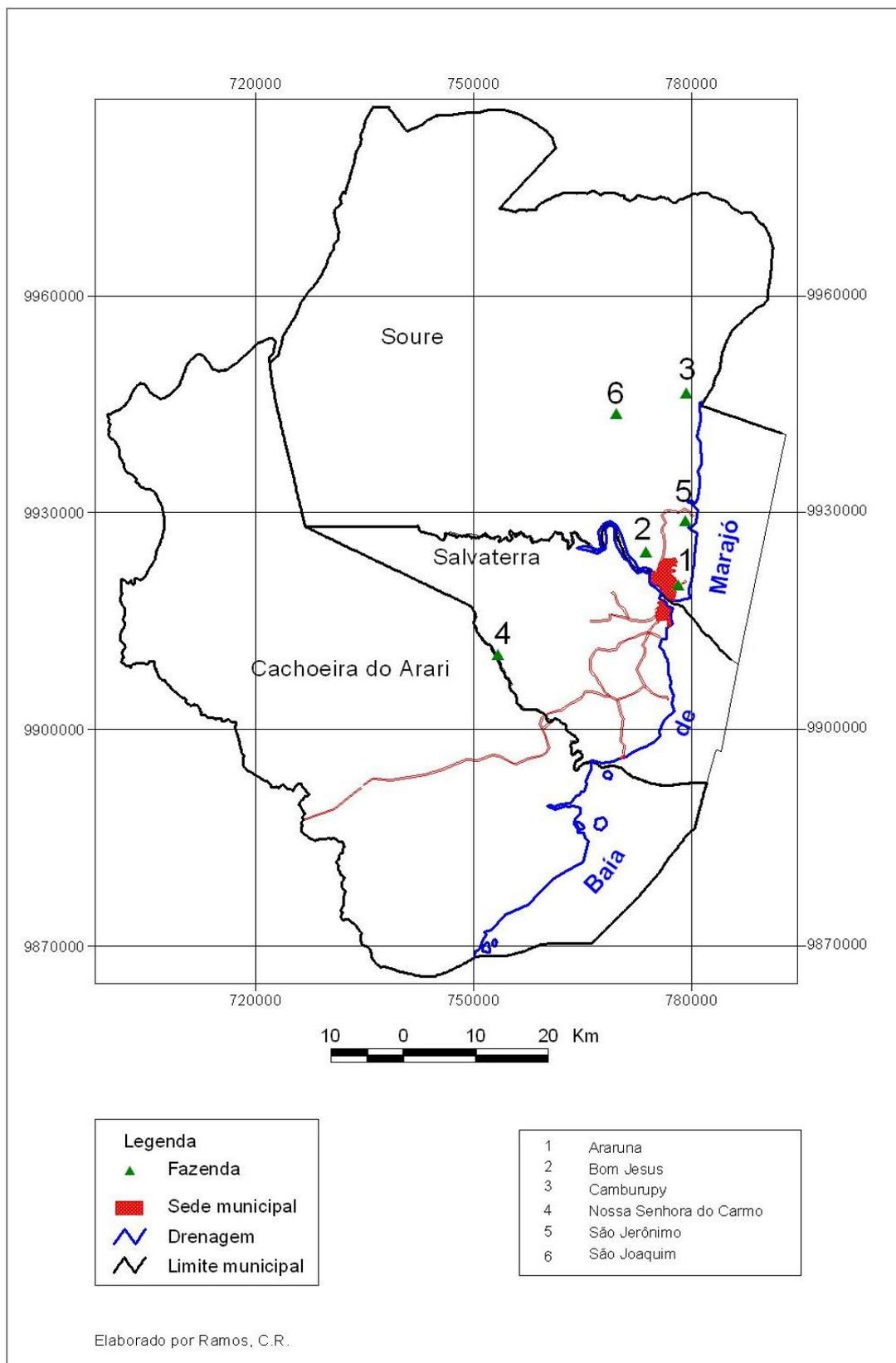
É sob esse enfoque, dos arranjos produtivos locais, que o desenvolvimento do turismo rural na Ilha do Marajó, nos municípios de Soure e Salvaterra será analisado no capítulo seguinte.

3 O ARRANJO PRODUTIVO DO TURISMO RURAL NOS MUNICÍPIOS DE SOURE E SALVATERRA NA ILHA DO MARAJÓ

O arranjo produtivo do turismo rural no Marajó é composto por 6 fazendas, 14 hotéis, 8 agências de turismo, 10 restaurantes, além das empresas de transporte, sendo 3 hidroviárias com viagens regulares e 6 empresas aéreas que operam em sistemas de frete. As fazendas que ofertam o turismo rural nos municípios de Soure e Salvaterra vendem seus serviços, através das agências de turismo de Belém. Duas das seis fazendas ofertam somente visitação. A visitação em fazendas é um dos atrativos oferecidos pelos hotéis dos dois municípios. As músicas, as danças e o artesanato também compõem o elenco de atrações oferecidas por hotéis e fazendas.

As agências vendem pacotes para hospedagem em fazendas ou para hotéis que incluem no roteiro visitas em fazendas dos referidos municípios. Nesses pacotes, normalmente, já estão incluídos os traslados entre Belém e Marajó e os dentro da ilha. A realização da atividade, nestes termos, requer o trabalho integrado entre as empresas, tendo em vista a forte interdependência entre as atividades (agências, transporte, hotéis e/ou fazendas) envolvidas na efetivação da atividade do turismo rural.

Os pacotes turísticos para o Marajó são ofertados em vários *sites* de agências de turismo de Belém, de outros estados ou diretamente nos *sites* dos hotéis e fazendas. A Paratur divulga os pacotes turísticos encaminhados pelas agências, distribuindo-os de acordo com os 6 (seis) pólos turísticos do estado a que se destinam: Araguaia-Tocantins, Belém, Costa Atlântica, Marajó, Tapajós, e Xingu. No ano de 2004, para o pólo Marajó foram listados pacotes de oito agências de Belém. Os pacotes vendidos por essas agências incluem traslado Belém-Marajó e dentro da ilha, hospedagem e passeios. O trecho Belém-Marajó pode ser realizado via transporte hidroviário, com viagens diárias regulares, ou via táxi aéreo.



Mapa 2 - Localização das fazendas que desenvolvem a atividade de turismo rural em Soure e Salvaterra

A viagem de *ferry boat* ou de barco para Salvaterra tem duração de 3 a 4 horas dependendo da influencia da maré. Estas embarcações atracam no porto de Camará, uma vila de pescadores do município de Salvaterra. Desta vila para o núcleo do município de Salvaterra são 26 km de estrada e para o município de Soure 32 km. Este percurso é feito por ônibus, micro-ônibus, vans ou táxis. Para aqueles que vão para Soure ainda tem uma pequena travessia de balsa no rio Paracauari. A travessia deste rio, que separa os dois municípios, demora uns cinco minutos. Alguns hotéis dispõem de condução própria para pegar e levar os turistas ao porto, mas a maioria deles e também as fazendas que hospedam compram lugares nas *vans* ou micro-ônibus.

No caso das fazendas que ficam mais distantes dos núcleos dos municípios, como pode ser visto no Mapa 2, o acesso até elas é feito parte por van ou carro pequeno e parte por embarcação rápida como pequenas lanchas ou voadeiras.

A fazenda Nossa Senhora do Carmo, em Salvaterra, por exemplo, utiliza essas duas modalidades. São trinta minutos de carro do porto de Camará até o rio de mesmo nome, e depois mais trinta minutos de voadeira até a fazenda. Já para chegar até as fazendas São Joaquim e Camburupy, no município de Soure, utilizam-se apenas embarcações rápidas a partir do núcleo do município.

As vans ou carros pequenos geralmente são alugados para este serviço, já as embarcações rápidas são das próprias fazendas. Quando hotéis e fazendas ofertam seus serviços para as agências, já incluem os custos destes translados.

3.1 PRINCIPAIS AGENTES PRESENTES NO APL

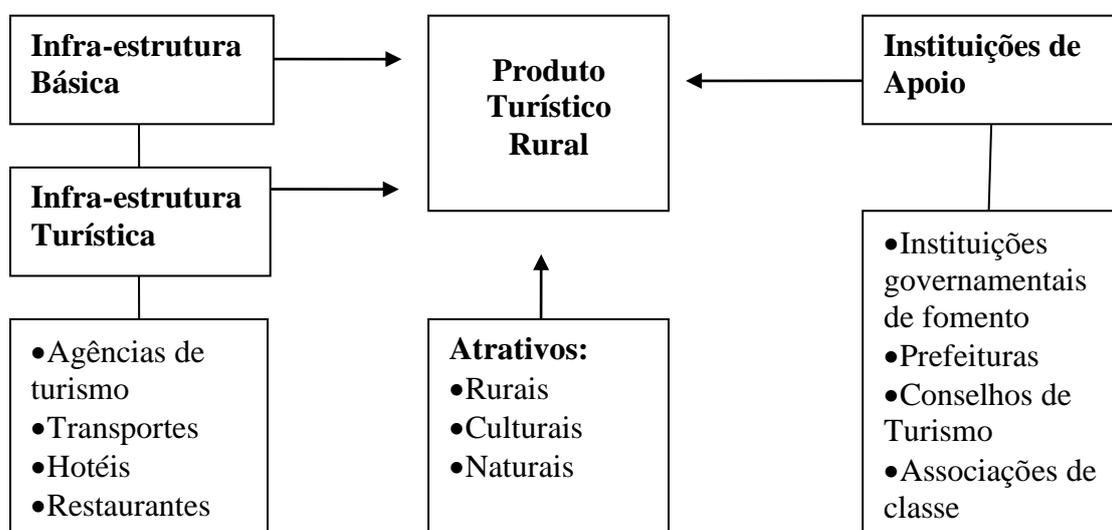


Figura 1 - Fatores que compõem o produto turístico rural

A Figura 1 mostra a convergência de vários fatores para a efetivação do produto turístico rural, como um produto integrado que resulta da soma dos fatores infra-estrutura básica, turística e das instituições de apoio. Todos esses fatores são essenciais para a concretização do produto turístico rural.

Os atrativos naturais, culturais e rurais de Soure e Salvaterra somam pontos positivos para o produto turístico tanto pela beleza dos recursos naturais quanto pela preservação da cultura relacionada às músicas, danças, artesanato, gastronomia e outros. Entretanto, outros fatores como infra-estrutura básica e turística ainda poderiam melhorar muito. A sinalização precária e algumas vezes inexistente das estradas é um dos exemplos relacionados à deficiência da infra-estrutura básica. Com relação à infra-estrutura turística, as deficiências são encontradas logo no início da viagem para a ilha, no terminal de passageiros de Belém, que não conta com o mínimo conforto aos turistas ou moradores da ilha que utilizam este terminal, além do calor muitas vezes falta limpeza. Na chegada ao porto do Camará em Salvaterra, principalmente, em feriados prolongados ou em período de férias o problema é

pegar uma *van* ou ônibus, no caso dos turistas que não compraram um pacote completo em agências, pois são poucos os carros. Outro problema é a volta para Belém nestes mesmos períodos, as filas para comprar bilhetes são imensas e os barcos e *ferry boats* nem sempre são suficientes. Mesmo existindo um órgão regulador desses serviços, a Agência Estadual de Regulação e Controle de Serviços Públicos (Arcon) - tanto do transporte rodoviário quanto do transporte hidroviário -, os moradores da ilha e alguns turistas enfrentam esses problemas periodicamente.

O lixo deixado nas praias é um problema que parece não ser percebido pelas autoridades locais, de Soure e Salvaterra. Em épocas de férias e feriados esses problemas são mais visíveis e não há nenhum tipo de ação dessas autoridades no sentido de conscientizar as populações locais e turistas para não sujarem as praias e a cidade. Parte do lixo das praias é levado pela água para outras praias, áreas de mangue e rios. Como muitos passeios e atrações oferecidos pelas fazendas envolvem esses recursos como trilha em mangue, passeios de canoa nos rios, entre outros, a poluição se torna um problema para as fazendas. Uma proprietária cuja fazenda é próxima de uma praia relatou que faz limpeza periódica do lixo trazido de outras praias para áreas de mangue ou praias que ficam nas imediações da fazenda. Na pesquisa de campo, em julho de 2004, quando entrevistada, a Secretária da Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Desportos de Soure confirmou que não havia campanhas sistemáticas de educação ambiental direcionada à população e visitantes. Contudo, acrescentou que a secretaria de educação introduziu a disciplina educação patrimonial no currículo escolar, cujo programa inclui educação ambiental. Esta inclusão no currículo escolar é certamente muito importante, mas demora certo tempo para surtir efeito. Esta ação poderia trazer resultados mais rápidos se fosse aliada a campanhas frequentes que alcançassem toda a comunidade, inclusive os turistas. Todas essas carências relacionadas aos fatores que compõem o produto turístico poderiam ser reduzidas ou superadas com a ação

conjunta dos agentes produtivos e instituições de apoio e promoção locais. Entretanto, como será exposto neste capítulo, os agentes produtivos interagem pouco entre eles e com os outros agentes do arranjo.

3.1.1 Principais agentes produtivos do arranjo

O APL do turismo rural do Marajó é composto por 79,3% (23) de empresas de porte micro (Gráfico 3). A maioria dessas empresas, 51,7%, está no mercado a menos de 10 anos, 37,9% têm menos e 10% têm mais de 20 anos. As empresas do arranjo empregam 469 pessoas, destas 279 estão nos municípios de Soure e Salvaterra e o restante em Belém (nas empresas de transporte e agências de turismo).

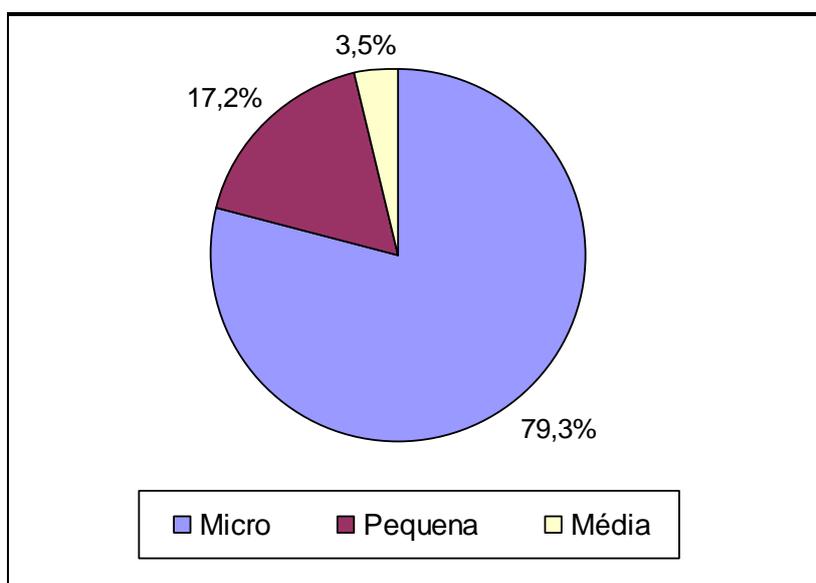


Gráfico 3 - Porte das empresas da amostra do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

3.1.1.1 Agências de turismo

As agências que fazem parte do arranjo exercem o papel de intermediação entre os ofertantes dos serviços turísticos e o consumidor final, tanto no turismo receptivo quanto no

emissivo. Segundo dados da RAIS, em 2002, havia em Belém um total de 85 empresas de agências de viagens e organizadores de viagem, destas, 98% eram de porte micro e 2% de pequeno porte. Os dados da pesquisa de campo revelam que cada agência emprega em média 11 pessoas. A maioria desses empregos, 71,7% são através de contratos formais, e como na maioria dos casos das empresas do arranjo, por se tratar de empresas de porte micro, a participação dos sócios proprietários no trabalho da empresa é significativa, em torno de 20%. Das agências entrevistadas 50% têm menos de 10 anos e 50% tem mais de 30 anos de existência, o que demonstra certa dinâmica da atividade.

Em relação ao número de sócios fundadores, 50% foi fundada por 2 sócios, 25% por 3 e 25% por mais de 3 sócios. Os empreendedores dessa atividade são na maioria do sexo masculino (75%) sem tradição empreendedora na família, ou seja, os pais não eram empresários. Ao iniciaram a atividade tinham entre 31 e 50 anos, o que indica certo acúmulo de experiência ao abrirem suas empresas. Desses empresários, 67% tinham o nível médio completo e esse mesmo percentual de empreendedores declarou que antes de abrir a empresa era empregado de micro ou pequena empresa local do mesmo segmento. Essas informações demonstram que apesar de não terem um nível de escolaridade alto, esses empreendedores já possuíam certo acúmulo de experiência, indicado pela idade em que a maioria abriu a empresa e também detinham certo acúmulo de aprendizado em relação ao mercado em que atuam, demonstrado pela experiência anterior desses empreendedores (Tabela 2).

No ano em que a empresa foi fundada, as principais dificuldades enfrentadas pelas agências foram vender o serviço e contratar empregados qualificados, com mostra a Tabela 3. Esta última reflete a carência local de mão-de-obra qualificada, o que acaba influenciando na qualidade da realização e nas vendas do serviço. Entretanto, quando se faz a análise pelo porte, verifica-se que o nível de dificuldade para vender o serviço foi alto para as agências de

porte micro e baixo para as de pequeno porte⁸. Os outros itens, relacionados a capital de giro, fixo e semifixo, não se constituíram em dificuldades relevantes no primeiro ano de atuação, visto que no início das atividades as empresas utilizaram 100% de capital próprio.

Tabela 2 - Perfil do sócio fundador das agências do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA

Especificação	(%)
1. Idade	
1.1. Até 20 anos	0,0
1.2. Entre 21 e 30 anos	0,0
1.3. Entre 31 e 40 anos	50,0
1.4. Entre 41 e 50 anos	50,0
1.5. Acima de 50 anos	0,0
Total	100,0
2. Sexo (%)	
2.1. Masculino	75,0
2.2. Feminino	25,0
Total	100,0
3. Pais empresários (%)	
3.1. Sim	0,0
3.2. Não	100,0
Total	100,0
4. Escolaridade (%)	
4.1. Analfabeto	0,0
4.2. Ensino fundamental incompleto	0,0
4.3. Ensino fundamental completo	0,0
4.4. Ensino médio incompleto	0,0
4.5. Ensino médio completo	75,0
4.6. Superior incompleto	0,0
4.7. Superior completo	0,0
4.8. Pós-graduação	25,0
Total	100,0
5. Atividade antes de criar a empresa (%)	
5.1. Estudante universitário	0,0
5.2. Estudante de escola técnica	0,0
5.3. Empregado de micro ou pequena empresa local	75,0
5.4. Empregado de média ou grande empresa local	0,0
5.5. Empregado de empresa de fora do arranjo	0,0
5.6. Funcionário de instituição pública	25,0
5.7. Empresário	0,0
5.8. Outra	0,0
Total	100,0
Amostra (número de empresas)	4

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

⁸ Considerou-se para as tabelas em que consta o grau de importância atribuído pelas empresas a determinados eventos, a seguinte classificação dos índices: baixo quando seu valor for até 0,3, médio quando for maior que 0,3 e menor que 0,6 e alto quando for maior que 0,6.

Tabela 3 - Dificuldades enfrentadas pelas agências do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004

Dificuldade	Nível da dificuldade									
	1º ano					Em 2004				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Contratar empregados qualificados	0,0%	25,0%	0,0%	75,0%	0,83	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%	0,55
2. Oferecer o serviço com qualidade	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	0,53	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,38
3. Vender o serviço	0,0%	25,0%	0,0%	75,0%	0,83	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%	0,53
4. Custo ou falta de capital de giro	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	0,48	0,0%	25,0%	50,0%	25,0%	0,63
5. Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,33	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	0,48
6. Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,33	25,0%	50,0%	0,0%	25,0%	0,40
7. Pagamento de juros	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,33
8. Outras dificuldades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
Amostra (número de empresas)	4									

*Índice = (0*Nº Nulas + 0,3*Nº Baixas + 0,6*Nº Médias + Nº Altas) / (Nº Empresas no Segmento)

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Em 2004, as dificuldades relativas à venda da produção e a contratação de empregados qualificados diminuíram, mas as referentes a custo ou falta de recursos financeiros, principalmente capital de giro, aumentam. O nível de dificuldade relacionado a capital de giro das agências passa de médio (0,48), no primeiro ano, para alto (0,63) em 2004. Estes problemas relacionados à falta de recurso estão muito ligados às dificuldades de acesso a financiamentos, o que será abordado no item 3.1.2.1.

3.1.1.2 Hotéis

Nos municípios de Soure e Salvaterra existem 14 hotéis. Entre os entrevistados, a maioria, 60%, possui restaurante, com predomínio das empresas de porte micro, que representam 90% do total e 10% de empresas de pequeno porte. Os hotéis de porte micro empregam em média 7 pessoas, enquanto os de pequeno porte emprega 65 pessoas, cerca de

52% dos trabalhadores dos hotéis da amostra dos dois municípios. Em relação ao tipo de contrato, predominam os contratos formais, representando 46% de total de empregos dos hotéis, mas existem também os contratos de serviços temporários nos períodos de maior demanda. Nos hotéis de porte micro a mão-de-obra familiar sem contrato formal é significativa, representando 16,4% do total.

Tabela 4 - Perfil do sócio fundador dos hotéis do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA

Especificação	(%)
1. Idade	
1.1. Até 20 anos	0,0
1.2. Entre 21 e 30 anos	10,0
1.3. Entre 31 e 40 anos	50,0
1.4. Entre 41 e 50 anos	30,0
1.5. Acima de 50 anos	10,0
Total	100
2. Sexo	
2.1. Masculino	80,0
2.2. Feminino	20,0
Total	100
3. Pais empresários	
3.1. Sim	30,0
3.2. Não	70,0
Total	100
4. Escolaridade	
4.1. Analfabeto	0,0
4.2. Ensino fundamental incompleto	0,0
4.3. Ensino fundamental completo	0,0
4.4. Ensino médio incompleto	20,0
4.5. Ensino médio completo	20,0
4.6. Superior incompleto	0,0
4.7. Superior completo	60,0
4.8. Pós-graduação	0,0
Total	100,0
5. Atividade antes de criar a empresa	
5.1. Estudante universitário	0,0
5.2. Estudante de escola técnica	0,0
5.3. Empregado de micro ou pequena empresa local	20,0
5.4. Empregado de média ou grande empresa local	0,0
5.5. Empregado de empresa de fora do arranjo	10,0
5.6. Funcionário de instituição pública	20,0
5.7. Empresário	20,0
5.8. Outra	30,0
Total	100,0
Amostra (número de empresas)	10

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Quanto ao tempo em que a empresa está no mercado, 70% dos hotéis têm até 10 anos de existência. A maioria desses hotéis (67%) foi fundada por um sócio apenas e, o restante, por dois ou mais sócios. Em relação ao perfil do sócio fundador, cerca 80% são empreendedores do sexo masculino e tinham entre 31 e 50 anos quando iniciaram a atividade. Quando fundaram a empresa, 60% já tinham curso superior (Tabela 4).

Muitos desses empreendedores vislumbraram oportunidades de negócios relacionados ao turismo dos municípios Soure e Salvaterra após melhorias da infra-estrutura de acesso, ocorrida na década de 90, como já foi abordado no Capítulo 1. Além de terem experiências anteriores em atividades diversas, os empreendedores dos hotéis desses municípios tomam a decisão de abrir o negócio após certo tempo de experiência e ter alcançado um alto nível de escolaridade.

Quanto à estrutura do capital, houve variações de acordo com o porte dos hotéis. No primeiro ano de vida, 97,8% dos hotéis de porte micro utilizou recursos próprios, enquanto os de pequeno porte utilizaram 100% de recursos próprios. Em 2004, a empresa de pequeno porte passou a utilizar recursos de empréstimos de instituições financeiras, representando 50% de seus recursos.

A principal dificuldade dos hotéis no primeiro ano foi oferecer o serviço com qualidade. Contratar empregados qualificados e vender o serviço também foram dificuldades enfrentadas pelos hotéis, mas com nível de dificuldade médio (Tabela 5). Como as outras dificuldades foram consideradas muito baixas, conclui-se que as dificuldades enfrentadas no primeiro ano giraram em torno da dificuldade de contratar empregados qualificados, sendo as outras dificuldades (dificuldade em oferecer o serviço com qualidade e na venda da produção) consequência desta.

Tabela 5 - Dificuldades enfrentadas pelos hotéis do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004

Dificuldade	Nível da dificuldade					Em 2004				
	1º Ano									
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Contratar empregados qualificados	30,0%	10,0%	10,0%	50,0%	0,59	40,0%	10,0%	20,0%	30,0%	0,45
2. Oferecer o serviço com qualidade	20,0%	10,0%	20,0%	50,0%	0,65	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	0,50
3. Vender o serviço	20,0%	10,0%	50,0%	20,0%	0,53	10,0%	30,0%	40,0%	20,0%	0,53
4. Custo ou falta de capital de giro	60,0%	10,0%	20,0%	10,0%	0,25	50,0%	30,0%	20,0%	0,0%	0,21
5. Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	50,0%	10,0%	30,0%	10,0%	0,31	60,0%	10,0%	30,0%	0,0%	0,21
6. Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	50,0%	0,0%	30,0%	20,0%	0,38	80,0%	0,0%	10,0%	10,0%	0,16
7. Pagamento de juros	80,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,09	70,0%	0,0%	10,0%	20,0%	0,26
8. Outras dificuldades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
Amostra (número de empresas)	10									

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{Médias} + N^{\circ} \text{Altas}) / (\text{número de empresas no segmento})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Em 2004 o nível de dificuldade, em geral, reduziu. As dificuldades mais relevantes são as mesmas do primeiro ano, contudo as relacionadas à contratação de empregados qualificados e a oferta de serviço de qualidade diminuíram. As outras dificuldades continuaram baixas.

3.1.1.3 Restaurantes

Nos dois municípios existem 10 restaurantes, todos de porte micro, empregando em média 6 pessoas. O pessoal ocupado é composto basicamente por serviço temporário e familiares sem contrato formal. Os serviços temporários são contratados principalmente no período de férias escolares e feriados prolongados, no período restante predomina a mão-de-obra familiar. A metade dos restaurantes pesquisados tem menos de 10 anos de funcionamento, e foram constituídos por apenas um sócio. Como pode ser visto na Tabela 6, 66,7% dos empreendedores tinham entre 41 e 50 anos quando fundaram a empresa, 32%

tinham apenas o ensino fundamental e 68% o ensino médio. Cerca 67% são do sexo masculino e 50% trabalhavam antes em micro ou pequena empresa local. Este perfil demonstra que os empreendedores do segmento de restaurantes do arranjo quando decidiram abrir o negócio já possuíam determinada experiência acumulada seja pela idade com que iniciaram a atividade seja pela experiência anterior.

Tabela 6 - Perfil do sócio fundador dos restaurantes do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA

Especificação	(%)
1. Idade	
1.1. Até 20 anos	0,0
1.2. Entre 21 e 30 anos	16,7
1.3. Entre 31 e 40 anos	16,7
1.4. Entre 41 e 50 anos	66,7
1.5. Acima de 50 anos	0,0
Total	100,0
2. Sexo	
2.1. Masculino	66,7
2.2. Feminino	33,3
Total	100,0
3. Pais empresários	
3.1. Sim	16,7
3.2. Não	83,3
Total	100,0
4. Escolaridade	
4.1. Analfabeto	0,0
4.2. Ensino fundamental incompleto	16,7
4.3. Ensino fundamental completo	16,7
4.4. Ensino médio incompleto	0,0
4.5. Ensino médio completo	66,7
4.6. Superior incompleto	0,0
4.7. Superior completo	0,0
4.8. Pós-graduação	0,0
Total	100,0
5. Atividade antes de criar a empresa	
5.1. Estudante universitário	0,0
5.2. Estudante de escola técnica	0,0
5.3. Empregado de micro ou pequena empresa local	50,0
5.4. Empregado de média ou grande empresa local	0,0
5.5. Empregado de empresa de fora do arranjo	16,7
5.6. Funcionário de instituição pública	0,0
5.7. Empresário	16,7
5.8. Outra	16,7
Total	100,0
Amostra (número de empresas)	6

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

No primeiro ano de atuação, 8% desses empreendimentos usaram recursos oriundos de empréstimos de instituições financeiras e 92% utilizaram apenas recursos próprios. Em 2004, os restaurantes só utilizaram recursos próprios.

Tabela 7 - Dificuldades enfrentadas pelos restaurantes do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004

Dificuldade	Nível da dificuldade									
	1º Ano					Em 2004				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Contratar empregados qualificados	50,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,25	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,10
2. Oferecer o serviço com qualidade	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	0,20	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,10
3. Vender o serviço	33,3%	16,7%	50,0%	0,0%	0,35	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,20
4. Custo ou falta de capital de giro	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,45	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,30
5. Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	33,3%	50,0%	16,7%	0,0%	0,25	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,30
6. Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	16,7%	33,3%	50,0%	0,0%	0,40	50,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,25
7. Pagamento de juros	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
8. Outras dificuldades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
Amostra (número de empresas)	6									

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número de empresas no segmento})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Em relação às dificuldades enfrentadas no primeiro ano de operação, em geral, foram pouco significativas para os restaurantes. Os maiores índices de dificuldade foram referentes a custo ou falta de capital de giro e custo ou falta de capital para alocação ou aquisição de instalações, respectivamente. Em 2004, todas as dificuldades relativas ao primeiro ano reduziram, com exceção do item custo ou falta de capital para aquisição de equipamentos, em que teve o nível de dificuldade levemente aumentado (Tabela 7). O grau de dificuldade do item pagamento de juros de empréstimos foi nulo tanto no primeiro ano quanto em 2004, para todas as empresas. Quanto ao item, contratação de empregados qualificados, a baixa dificuldade, assinalada pelos donos de restaurantes, pode estar relacionada ao fato do pessoal

ocupado se constituir, principalmente, de mão-de-obra familiar havendo pouca necessidade de contratação.

3.1.1.4 Transportes

Existem dois modais de transporte que fazem a ligação do município de Belém aos municípios de Soure e Salvaterra, no Marajó, o hidroviário e o aéreo. O aéreo é realizado de forma não regular em sistema de frete por 6 empresas de táxi aéreo sediadas em Belém. As empresas de táxi aéreo entrevistadas são de porte micro e empregam em média 12 pessoas cada uma e já estão a mais de 10 anos no mercado. Todos os empreendedores entrevistados são do sexo masculino, tinham o segundo grau completo, quando iniciaram o negócio. Todas as empresas foram fundadas por dois sócios. No início da atividade, as empresas utilizaram 100% de recursos próprios e em 2004, esse percentual foi reduzido para 75%.

Tabela 8 - Dificuldades enfrentadas pelas empresas de transporte aéreo do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004

Dificuldade	Nível da dificuldade									
	1º Ano					Em 2004				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Contratar empregados qualificados	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,50	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
2. Oferecer o serviço com qualidade	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,15
3. Vender o serviço	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,50	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,65
4. Custo ou falta de capital de giro	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
5. Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
6. Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
7. Pagamento de juros	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
8. Outras dificuldades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
Amostra (número de empresas)	2									

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número de empresas no segmento})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

A Tabela 8 mostra que as dificuldades para operar no primeiro ano foram apenas duas: contratar empregados qualificados e vender o serviço. As outras dificuldades não existiram. Já em 2004, devido não ter havido a necessidade de contratação, a dificuldade para contratar empregados qualificados desapareceu. Entretanto, o nível de dificuldade para vender o serviço aumentou, em consequência, principalmente, dos aumentos nos preços dos insumos. As outras dificuldades continuaram não existindo, com exceção do item oferecer serviço de qualidade, mas com um índice muito baixo.

O transporte hidroviário conta com 3 empresas realizando viagens regulares e diárias entre Belém e o porto do Camará em Salvaterra. As empresas Banav e Arapari realizam a viagem em barcos, levando somente passageiros e a empresa Henvil faz a viagem utilizando o *ferry boat*, com estrutura para receber carros e passageiros. Esta última empresa tem mais de 10 anos e, desde maio de 2000, tem concessão da Agência Estadual de Regulação e Controle de Serviços Públicos (Arcon) para realiza viagens entre Belém (Icoaraci) e a ilha do Marajó (Salvaterra). A empresa é de porte médio, tendo em torno de 120 empregados, dos quais cerca de 96% têm contrato formal e o restante contrato temporário.

No primeiro ano de atividade da empresa, as dificuldades foram altas em relação a custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos e custo ou falta de capital para aquisição ou locação de instalações (Tabela 9). Contratar empregados qualificados teve grau de dificuldade baixo, com índice de dificuldade 0,3. Essa baixa dificuldade ocorre em razão da disponibilização de cursos, direcionados a marítimos, pelo Centro de Instrução Almirante Braz de Aguiar (Ciaba), uma organização militar da Marinha Mercante. As outras dificuldades não existiram no primeiro ano de funcionamento da empresa. Em 2004, a única dificuldade apontada foi a contratação de empregados qualificados, com o mesmo índice do primeiro ano.

Tabela 9 - Dificuldades enfrentadas pela empresa de transporte hidroviário do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004

Dificuldade	Nível da dificuldade									
	1º ano					Em 2004				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Contratar empregados qualificados	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,30	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,30
2. Oferecer o serviço com qualidade	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
3. Vender o serviço	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
4. Custo ou falta de capital de giro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
5. Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
6. Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1,00	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
7. Pagamento de juros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
8. Outras dificuldades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
Amostra (número de empresas)	1									

*Índice = $(0 \times N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \times N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \times N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número de empresas no segmento})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Por ser mais acessível economicamente, o transporte hidroviário é o mais utilizado, tanto pelas pessoas que residem em Soure e Salvaterra quanto pelos turistas.

3.1.1.5 Fazendas

Atualmente, 6 fazendas, sendo 1 em Salvaterra e 5 em Soure desenvolvem a atividade de turismo rural. Destas, 3 são de porte micro e 3 de pequeno porte. As de porte micro empregam em média 9 pessoas e as pequenas 30, predominando os contratos formais (71,4% nas fazendas de porte micro e 56,2% nas de pequeno porte), mas com uso significativo de trabalho temporário, cerca de 31% do pessoal ocupado em períodos de maior demanda. O uso de mão-de-obra familiar é pequeno, representando 7,1% nas de porte micro e 3,4 nas de pequeno porte. Esta característica difere das propriedades que ofertam turismo rural no sul do país, em países sul-americanos e europeus, em que a mão-de-obra familiar é predominante devido o empreendimento, na maioria das vezes, ser explorado pela família. No caso do

Marajó, o sistema extensivo de produção pecuária depende de mão-de-obra contratada, que na maioria dos casos são trabalhadores que moram na própria fazenda. Assim, quando o turismo rural é inserido alguns desses trabalhadores são utilizados para o desempenho das atividades relacionadas ao turismo rural.

As fazendas do Marajó são geralmente antigas, muitas já passaram por várias gerações da mesma família de donos. Entre as fazendas que desenvolvem turismo rural atualmente nos municípios de Soure e Salvaterra, a fazenda Nossa Senhora do Carmo, em Salvaterra, é um desses casos, uma fazenda secular que passou por varias gerações e está sob o comando da atual proprietária há 41 anos. A fazenda com menos tempo de fundação é a São Jerônimo com 18 anos. Contudo, o desenvolvimento do turismo rural nessas fazendas é recente. Em 2004, das seis fazendas, quatro (Araruna, Camburupy, São Jerônimo e Sanjo) estavam desenvolvendo a atividade do turismo rural a menos de quatro anos, uma já desenvolvia há seis anos (Nossa Senhora do Carmo) e, a que estava há mais tempo (Bom Jesus) estava há quatorze anos ofertando turismo rural. No turismo rural, diferente das outras atividades do arranjo e semelhante ao que ocorre em outros estados brasileiros e em outros países, a maioria dos fazendeiros que exploram o turismo rural do Marajó (cerca de 67%) são do sexo feminino. Este mesmo percentual de empreendedores já possuía nível superior quando iniciou a atividade (Tabela 10). A decisão de diversificar através da atividade turística acontece em uma fase madura desses empreendedores. 33,3% dos fazendeiros do turismo rural tinham entre 41 e 50 anos e 50% tinham mais de 50 anos quando iniciaram a atividade. Entre fazendeiros e fazendeiras pesquisados constatou-se que todos são filhos de fazendeiros dos municípios pesquisados e também que tinham outra atividade antes de assumirem o comando da fazenda, ou antes, de iniciarem a exploração do turismo. Alguns passaram a administrar a fazenda e/ou a explorar o turismo após a aposentadoria em outra atividade.

Outros passaram a explorar o turismo rural na fazenda da família após o programa de incentivo promovido pela Paratur e Sebrae.

Tabela 10 - Perfil dos fazendeiros do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA

Especificação	(%)
1. Idade	
1.1. Até 20 anos	0,0
1.2. Entre 21 e 30 anos	0,0
1.3. Entre 31 e 40 anos	16,7
1.4. Entre 41 e 50 anos	33,3
1.5. Acima de 50 anos	50,0
Total	100,0
2. Sexo (%)	
2.1. Masculino	33,3
2.2. Feminino	66,7
Total	100,0
3. Escolaridade (%)	
4.1. Analfabeto	0,0
4.2. Ensino fundamental incompleto	0,0
4.3. Ensino fundamental completo	0,0
4.4. Ensino médio incompleto	0,0
4.5. Ensino médio completo	33,3
4.6. Superior incompleto	0,0
4.7. Superior completo	66,7
4.8. Pós-graduação	0,0
Total	100,0
4. Atividade antes de criar a empresa (%)	
5.1. Estudante universitário	16,7
5.2. Estudante de escola técnica	0,0
5.3. Empregado de micro ou pequena empresa local	0,0
5.4. Empregado de média ou grande empresa local	0,0
5.5. Empregado de empresa de fora do arranjo	16,7
5.6. Funcionário de instituição pública	16,7
5.7. Empresário	16,7
5.8. Outra	33,3
Total	100,0
Amostra (número de empresas)	6

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

No primeiro ano em que essas fazendas começaram a explorar o turismo rural, as dificuldades não foram muito grandes. A maior dificuldade, relacionada à contratação de empregados qualificados, teve nível de dificuldade médio (0,53), como pode ser visto na

Tabela 11. Assim como aconteceu com os outros segmentos pesquisados, essa dificuldade na contratação de empregados qualificados, esteve relacionada à carência de infra-estrutura local de capacitação e formação que possibilitasse a qualificação da mão-de-obra. Por outro lado, o esforço de algumas fazendas em treinar seus funcionários para a atividade do turismo rural contribuiu para que essa dificuldade não fosse alta. Os outros itens da Tabela 11, referentes às dificuldades de recursos financeiros, não foram relevantes para as fazendas no primeiro ano de exploração do turismo rural.

Tabela 11 - Dificuldades enfrentadas pelas fazendas do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA no primeiro ano de operação e em 2004

Dificuldade	Nível da Dificuldade									
	1º Ano					Em 2004				
	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*	Nula	Baixa	Média	Alta	Índice*
1. Contratar empregados qualificados	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	0,53	50,0%	16,7%	16,7%	16,7%	0,32
2. Oferecer o serviço com qualidade	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%	0,30	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,10
3. Vender o serviço	50,0%	0,0%	16,7%	33,3%	0,43	33,3%	16,7%	50,0%	0,0%	0,35
4. Custo ou falta de capital de giro	83,3%	0,0%	0,0%	16,7%	0,17	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,05
5. Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	66,7%	16,7%	16,7%	0,0%	0,15	66,7%	16,7%	16,7%	0,0%	0,15
6. Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	66,7%	16,7%	0,0%	16,7%	0,22	66,7%	16,7%	16,7%	0,0%	0,15
7. Pagamento de juros	66,7%	0,0%	16,7%	16,7%	0,27	66,7%	0,0%	0,0%	33,3%	0,33
8. Outras dificuldades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00
Amostra (número de empresas)	6									

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número de empresas no segmento})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Em 2004, todas as dificuldades reduziram, com exceção do item pagamento de juros e mesmo assim foi uma dificuldade muito baixa. Esta dificuldade acontece porque algumas fazendas recorreram a empréstimos em instituições financeiras.

3.1.2 Estrutura institucional do arranjo

As entidades representativas (Tabela 12) e outras organizações presentes no arranjo são muito reduzidas existindo pouca articulação entre as empresas e essas organizações. As instituições de apoio e promoção presentes no arranjo incluem as prefeituras, o Governo do Estado, através da Paratur, o Sebrae e o Banco da Amazônia - atores que promoveram o impulso recente do turismo rural no Marajó através da convergência de esforços. A estrutura de capacitação e formação conta com uma escola técnica e um núcleo da Universidade Federal do Pará.

Tabela 12 – Infra-estrutura institucional do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó/PA

Tipo de instituição	Número de instituições
Sindicato dos trabalhadores	n.d.
Sindicato patronal	n.d.
Associações	1
Outros	1

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

3.1.2.1 Instituições de apoio e promoção

A Paratur, empresa pública de economia mista controlada pelo Governo do Estado, órgão responsável pelo apoio e desenvolvimento da atividade turística no Pará, colocou o turismo rural como um dos produtos estratégicos do pólo Marajó no Plano Estadual de Desenvolvimento do Turismo 2001/2003. Em decorrência disto, tem implementado algumas ações direcionadas ao desenvolvimento da atividade como o Programa de Diversificação da Oferta Turística do Marajó em 2000 e o Encontro Latino-Americano de Turismo Rural em 2002.

O Sebrae, que promove política de apoio às empresas de pequeno porte, capacitando, estimulando a cooperação, organizando feiras, facilitando o acesso ao crédito entre outras atividades, tem sido parceiro da Paratur na realização desses eventos, principalmente através

de assessoria técnica e capacitação. O Programa de Diversificação da Oferta Turística do Marajó, de 2000 a 2002, desenvolvido pelo Sebrae e Governo do Estado, através da Paratur em parceria com o Banco da Amazônia e as prefeituras de Soure e Salvaterra, com o objetivo de criar condições para atender de forma sistemática a demanda pelo turismo rural nesses municípios, deu grande impulso à atividade. Através do programa, foram ministrados cursos aos proprietários e trabalhadores das fazendas, artesãos locais foram qualificados, professores da rede pública, com papel de agentes multiplicadores, receberam capacitação sobre patrimônio histórico e cultural, além de seminários envolvendo a comunidade (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, 2003).

O Banco da Amazônia, que tem papel importante para o desenvolvimento econômico e social da Região Amazônica, através de programas e linhas de financiamento destinadas às atividades produtivas, também participou, em parceria com a Paratur e Sebrae, de algumas ações voltadas ao turismo rural patrocinando a capacitação de artesãos e patrocinando peças de divulgação. Atualmente, o Banco também vem buscando desenvolver sua política de crédito com foco nos arranjos produtivos locais prioritários, da Região Amazônica, em convergência com a Política Nacional de Desenvolvimento Regional do Ministério da Integração. Há alguns anos, o Banco da Amazônia vem procurando fazer uma política de crédito mais democrática. Para isso realiza reuniões anuais nos estados da Amazônia para definir as atividades prioritárias que serão o foco do financiamento no ano seguinte. Nessas reuniões, participam representantes de instituições públicas e privadas (de ensino, pesquisa, extensão, capacitação etc.), entidades representativas das classes patronais e de trabalhadores além do Ministério da Integração e governos locais, objetivando a integração de políticas. Para o ano de 2005, as prioridades deixaram de ser as atividades econômicas e passaram a se concentrar nos APL identificados pela Agência de Desenvolvimento da Amazônia (ADA).

Entre as prioridades eleitas para o ano de 2005 para o estado do Pará está o APL do turismo em Soure e Salvaterra.

A Associação de Turismo Rural do Marajó (Aturma) foi criada em 2002 com objetivo de conduzir as ações de interesse comum dos associados e buscar parcerias, tendo realizado ações, sobretudo em parceria com a Paratur. Esta parceria tem se constituído principalmente para a divulgação e participação em eventos. Atualmente a associação é constituída por 7 associados. Outra organização presente no arranjo é a Sociedade Marajoara das Artes (SOMA). Fundada em 1997, a associação visa principalmente organizar a da venda conjunta da produção de cerca de 20 artesãos locais associados. A participação das prefeituras tem sido de viabilizar a realização dessas políticas articuladas geralmente na esfera do Estado.

3.1.2.1.1 Contribuição e avaliação das instituições e políticas voltadas ao arranjo

As Tabelas 13 e 14 mostram o nível de conhecimento e avaliação das políticas públicas, incluindo programas de crédito, direcionadas aos municípios do arranjo. Entre os programas e ações das várias esferas de governo que atingiram diretamente as empresas do arranjo, somente os programas ou ações dos governos municipais de Soure e Salvaterra são desconhecidos por mais de 90% dos entrevistados destes municípios. Os programas das outras esferas de governo e do Sebrae ou são conhecidos ou tiveram a participação das empresas locais.

As fazendas são as que mais conhecem e tem participado desses eventos, como mostra a Tabela 13. Em relação aos programas do Governo Federal, 33,3% já participaram de programas dirigidos por essa esfera de governo e 33,3% conhecem, mas não participaram. Dos programas promovidos pelo Governo Estadual, 50% das fazendas já participaram e 33,3% não tiveram conhecimento desses programas. Já em relação às ações promovidas pelo

Sebrae, 83,3% das fazendas participaram e 16,7% não participaram, mas tiveram conhecimento do programa.

Os hotéis, de modo geral, têm conhecimento sobre programas ou ações, no entanto apenas um percentual muito pequeno teve participação nestes eventos. Nos programas promovidos pelo Governo Federal 60% tiveram conhecimento, mas apenas 10% participaram. Quanto às ações do Governo Estadual, 20% participaram e 60% apenas tiveram conhecimento das ações promovidas. Um percentual pequeno dos hotéis (10%) revelou ter conhecimento, mas não tiveram participação em ações promovidas pelo Governo Municipal. Em relação aos programas do Sebrae, 70% dos hotéis declararam ter apenas conhecimento e somente 20 % revelaram ter participado de programas dessa instituição.

No caso dos restaurantes, a maioria teve conhecimento dos programas de incentivo à atividade, promovidos pelos governos federal e estadual e o Sebrae. No entanto, esse segmento só teve participação nas ações promovidas pelo Sebrae, com um percentual muito reduzido, 16,7%.

Em relação às agências, apenas 25% já participaram de ações do Governo Municipal. 50% já participaram de ações promovidas pelo Sebrae. Em relação às ações dos governos federal e estadual, apenas conhecem, mas não participaram, 50% e 25% das agências, respectivamente.

As empresas de transportes não conhecem ações, dos governos estadual e municipal ou do Sebrae dirigidos ao seu segmento. Mas em relação às ações do Governo Federal, 66,7%, das empresas de transportes participaram e 33,3% revelaram apenas ter tido conhecimento.

Tabela 13 - Conhecimento e participação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA em programas dirigidos para o segmento

Instituição	Agências			Fazendas			Hotéis			Restaurantes			Transportes		
	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa	Não conhece	Conhece, mas não participa	Conhece e participa
1. Governo Federal	50,0%	50,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	30,0%	60,0%	10,0%	16,7%	83,3%	0,0%	33,3%	0,0%	66,7%
2. Governo Estadual	75,0%	25,0%	0,0%	33,3%	16,7%	50,0%	20,0%	60,0%	20,0%	16,7%	83,3%	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%
3. Governo Local/Municipal	50,0%	25,0%	25,0%	100,0%	0,0%	0,0%	90,0%	10,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
4. Sebrae	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	16,7%	83,3%	10,0%	70,0%	20,0%	16,7%	66,7%	16,7%	100,0%	0,0%	0,0%
5. Outras Instituições	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Amostra (número de empresas)	4			6			10			6			3		

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Quanto à avaliação desses programas e ações, os promovidos pelo Governo Federal, foram avaliados como positivos para 50% das agências, 33,33% das fazendas, 40% dos hotéis e 50% dos restaurantes, e negativos para 66,7% das empresas de transportes, 33,3% dos restaurantes, 20% dos hotéis e 16,7% das fazendas. As ações do Governo do Estado tiveram uma avaliação positiva um pouco menor, 25% para as agências, 33,3% para as fazendas, 20% para os hotéis e 16,7% para os restaurantes. As ações do Sebrae, por outro lado, tiveram, um percentual maior de avaliação positiva, representando 25% das avaliações das agências, 66,7% das fazendas, 30% dos hotéis e 50% dos restaurantes (Tabela 14).

Esses resultados mostram que as ações do Governo Federal, principalmente relacionadas a crédito, são conhecidas pela maioria dos empreendimentos, mas só um número muito reduzido destes já participou deste tipo de programa. Percebe-se também a não inclusão da maioria dos hotéis e restaurantes nos programas realizados pelo Governo do Estado e pelo Sebrae. Contudo, estes programas foram os mais percebidos pelos empreendimentos localizados em Soure e Salvaterra. Isto porque o programa de diversificação da oferta turística do Marajó, promovido pelo Governo do Estado e Sebrae, foi realizado pouco tempo (dois anos) antes da pesquisa de campo. Como a execução desses programas, junto à comunidade, foi realizada pelo Sebrae, suas ações foram as mais percebidas pelos entrevistados. O programa direcionado ao turismo rural alcançou a maioria das fazendas. Verificou-se ainda a ausência dos governos locais na promoção de programas ou ações direcionadas ao turismo. Estes se limitaram à participação passiva em ações promovidas por governos de outras esferas ou instituições de assistência técnica e capacitação, como o Sebrae.

Tabela 14 - Avaliação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA dos programas dirigidos para o segmento

Instituição	Agências			Fazendas			Hotéis			Restaurantes			Transportes		
	Avaliação positiva	Avaliação negativa	Sem elementos para avaliação	Avaliação positiva	Avaliação negativa	Sem elementos para avaliação	Avaliação positiva	Avaliação negativa	Sem elementos para avaliação	Avaliação positiva	Avaliação negativa	Sem elementos para avaliação	Avaliação positiva	Avaliação negativa	Sem elementos para avaliação
1. Governo Federal	50,0%	0,0%	50,0%	33,3%	16,7%	50,0%	40,0%	20,0%	40,0%	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	66,7%	33,3%
2. Governo Estadual	25,0%	0,0%	75,0%	33,3%	16,7%	50,0%	20,0%	50,0%	30,0%	16,7%	33,3%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
3. Governo Local/Municipal	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	10,0%	90,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
4. Sebrae	25,0%	25,0%	50,0%	66,7%	33,3%	0,0%	30,0%	50,0%	20,0%	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	0,0%	100,0%
5. Outras Instituições	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Amostra (número de empresas)	4			6			10			6			3		

*Índice = (0*N° Nulas + 0,3*N° Baixas + 0,6*N° Médias + N° Altas) / (número total de empresas)

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

A falta de participação dos governos locais restringe as possibilidades de sucesso das políticas direcionadas ao arranjo. Quando a intenção é promover o turismo a necessidade de articulação de políticas torna-se maior, pois essa atividade precisa do apoio de diversos setores em vários níveis de governo. Sendo assim, torna-se fundamental a participação de todas as esferas de comando, incluindo as prefeituras, cuja participação tem sido incentivada através da criação dos conselhos municipais de turismo. Contudo, a atuação destes nos municípios estudados não foi percebida pelos empreendimentos entrevistados.

Tabela 15 - Políticas públicas que poderiam contribuir para o aumento da eficiência competitiva segundo a avaliação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Objetivo das políticas	Grau de importância atribuído pelas empresas				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*				
1. Programas de capacitação profissional e treinamento técnico	1,00	0,93	0,80	0,77	0,67
2. Melhorias na educação básica	1,00	0,93	0,79	0,53	0,67
3. Programas de apoio a consultoria técnica	0,90	0,83	0,83	0,60	0,53
4. Estímulos à oferta de serviços tecnológicos	0,80	0,83	0,76	0,80	0,43
5. Programas de acesso à informação (produção, tecnologia, mercados, etc)	0,90	0,83	0,92	0,93	0,67
6. Linhas de crédito e outras formas de financiamento	0,90	0,87	0,80	0,93	0,53
7. Incentivos fiscais	1,00	0,93	0,77	0,88	0,87
8. Políticas de fundo de aval	1,00	0,70	0,78	0,68	0,43
9. Programas de estímulo ao investimento (venture capital)	1,00	1,00	0,88	0,93	0,53
10 Outras (divulgação)	0,90	1,00	0,92	1,00	0,67
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \times N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \times N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \times N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

A maioria dos empreendedores acredita que a eficiência competitiva das empresas do arranjo aumentaria se fossem implementadas políticas públicas, principalmente voltadas à divulgação, aos incentivos fiscais, a programas de estímulo ao investimento, de acesso à informação e capacitação profissional. Outros itens relacionados na Tabela 15, também foram considerados muito importantes para aumentar a eficiência da empresa.

Tabela 16 - Contribuição de sindicatos, associações e cooperativas locais segundo os micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Tipo de contribuição	Grau de importância atribuído pelas empresas				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Auxílio na definição de objetivos comuns para o arranjo produtivo	0,30	0,20	0,06	0,10	0,20
2. Estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica	0,30	0,10	0,06	0,37	0,10
3. Disponibilização de informações sobre matérias-primas, equipamento, assistência técnica, consultoria etc.	0,38	0,15	0,06	0,17	0,20
4. Identificação de fontes e formas de financiamento	0,38	0,10	0,06	0,37	0,00
5. Promoção de ações cooperativas	0,38	0,25	0,06	0,27	0,00
6. Apresentação de reivindicações comuns	0,30	0,25	0,21	0,30	0,20
7. Criação de fóruns e ambientes para discussão	0,38	0,32	0,21	0,33	0,10
8. Promoção de ações dirigidas a capacitação tecnológica de empresas	0,30	0,20	0,06	0,00	0,00
9. Estímulo ao desenvolvimento do sistema de ensino e pesquisa local	0,38	0,15	0,00	0,17	0,00
10. Organização de eventos técnicos e comerciais	0,38	0,35	0,12	0,10	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = (0*Nº Nulas + 0,3*Nº Baixas + 0,6*Nº Médias + Nº Altas) / (número total de empresas)

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Algumas dessas políticas já vêm sendo implementadas nos municípios de Soure e Salvaterra como, por exemplo, os centros de capacitação e formação, recentemente instalados (Escola do Trabalho e Produção de Salvaterra e o Núcleo da Universidade Federal do Pará,

em Soure), sinalizam para uma maior disponibilização de mão-de-obra qualificada para o futuro.

Quanto à divulgação, ações como a realização de feiras de turismo e *sites* oficiais expondo os serviços do turismo rural no Marajó (como o da Paratur e Embratur) têm contribuído para maior divulgação da atividade.

Mas somente a existência de centros de capacitação e formação e órgãos de fomento não irão melhorar o desempenho dos empreendimentos do arranjo. É necessário que existam organizações locais que aproximem, principalmente, os hotéis, restaurantes e fazendas dessas instituições. Entretanto, a contribuição das entidades representativas para o arranjo, como pode ser visto na Tabela 16, é muito baixa. Este resultado é, entre outros fatores, consequência do número muito reduzido de associações/organizações e do pouco tempo de existência das mesmas. Essas instituições têm uma participação reduzida nas ações voltadas ao arranjo e um nível de articulação muito baixo junto aos diversos agentes. Apresentam uma participação acanhada na organização de eventos comerciais, na criação de ambientes para discussão e na promoção de ações cooperativas e reivindicações comuns.

3.1.2.2 Linhas de financiamento

O município de Soure conta com duas agências bancárias, uma do Banco do Brasil e outra do Banco da Amazônia. O município de Salvaterra dispõe apenas de uma agência do Banco do Estado do Pará (Banpará). Entretanto, as principais linhas de financiamento destinadas à atividade turística são disponibilizadas pelo Banco do Brasil e pelo Banco da Amazônia, como segue abaixo.

FNO Turismo – disponibilizada pelo Banco da Amazônia, destina-se a financiar todos os bens e serviços necessários à implantação, ampliação e modernização de empreendimentos turísticos.

Proger Turismo – disponibilizada pelo Banco do Brasil e Banco da Amazônia, destina-se a financiar empreendimentos turísticos através do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT).

BNDES – financia investimento do setor de turismo pelas linhas Finame e BNDES Automático através das instituições credenciadas, no caso do arranjo, estas instituições se resumem ao Banco do Brasil e Banco da Amazônia.

Pronaf Turismo Rural – disponibilizada pelo Banco da Amazônia, destina-se ao financiamento de investimento e capital de giro para a atividade de turismo para atender beneficiários enquadrados no Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.

3.1.2.2.1 Avaliação das fontes de financiamento

Como foi mencionado anteriormente, a maioria dos segmentos pesquisados não utilizou recursos de instituições financeiras. Apenas 2,4% das empresas no primeiro ano recorreram a algum tipo de financiamento e em 2004 esse percentual passou para 3,8%. Em muitos casos as linhas ou programas de crédito são até conhecidas, mas por vários motivos os proponentes a este crédito não conseguem acessá-lo. Entre os obstáculos para acessar às fontes de financiamento, as empresas apontaram os entraves burocráticos como o principal obstáculo. Outros como exigência de aval e entraves fiscais que impedem o acesso a financiamentos, também foram considerados obstáculos de significativa relevância. Mas,

entre os segmentos do arranjo, essas dificuldades variam um pouco. Para as agências, os principais entraves são a inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades da empresa; dificuldades ou entraves burocráticos para a utilização das fontes de financiamento existentes e; exigência de aval/garantias por parte das instituições de financiamento. Para as fazendas, as dificuldades têm grau de importância menor, sendo as mais relevantes as dificuldades ou entraves burocráticos para acessar as fontes de financiamento existentes; inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades da propriedade e; entraves fiscais que impedem o acesso às fontes oficiais de financiamento. Para os hotéis e restaurantes, as maiores dificuldades para acessar as fontes de financiamento são a exigência de aval/garantias e os entraves burocráticos. Para as empresas de transportes os obstáculos não foram considerados muito relevantes quando comparados aos outros segmentos relacionadas na Tabela 17.

Tabela 17 - Obstáculos que limitam o acesso a financiamento aos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Limitações	Grau de importância atribuído pelas empresas				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades da empresa	0,90	0,53	0,35	0,32	0,67
2. Dificuldades ou entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes	0,90	0,88	0,62	0,88	0,67
3. Exigência de aval/garantias por parte das instituições de financiamento	0,90	0,48	0,76	0,93	0,67
4. Entraves fiscais que impedem o acesso às fontes oficiais de financiamento	0,77	0,55	0,48	0,82	0,53
5. Outras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

3.1.2.3. Infra-estrutura educacional e escolaridade do pessoal ocupado

O núcleo da Universidade Federal do Pará (UFPA) localizado em Soure, desde 2003 disponibiliza três cursos intervalares de nível superior: Letras, Pedagogia e Turismo. Em Salvaterra, a Escola de Trabalho e Produção, também inaugurada em 2003, oferece um curso técnico em agroindústria e quatro cursos básicos em turismo, agroindústria, informática e agropecuária, segundo dados do Ministério da Educação (2004a). Por terem sido instituídos recentemente, a participação desses centros na formação e capacitação da mão-de-obra local, ainda não é verificada. O curso de turismo da Universidade irá formar a primeira turma, com 38 alunos, somente em 2007. No caso da escola técnica, foram disponibilizadas em 2003, 720 vagas entre cursos técnicos e básicos, como consta na Tabela 18. Contudo, essas instituições indicam uma maior disponibilidade futura de mão-de-obra qualificada. O Ministério da Educação, através da Secretaria Especial de Estado de Promoção Social, tem uma programação crescente para a oferta do número de vagas a serem disponibilizadas pela Escola do Trabalho e Produção de Salvaterra, com uma previsão de oferta total de vagas de 2.130 em 2007. Somando-se a isso, o departamento do curso de Turismo da UFPA, pretende implantar o curso regular de turismo em Soure a partir de 2005.

Tabela 18 - Infra-estrutura educacional do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Instituições	Número de cursos oferecidos	Número de alunos admitidos
	por ano	por ano
Escolas técnicas de 2º grau	1	60
Cursos superiores	3	130
Outros cursos profissionais regulares	4	660
Cursos profissionais temporários	n.d.	n.d.

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

O grau de escolaridade do pessoal ocupado é relativamente baixo, a maioria tem nível fundamental, mas essa característica muda de um segmento para outro, como pode ser observada na Tabela 19. As agências têm 61% do pessoal ocupado com ensino médio completo, e cerca de 30% tem nível superior. Nos hotéis há um predomínio do curso médio com 43%, mas o ensino fundamental também é significativo com 37% e apenas 5% têm nível superior. Nas fazendas, pelas características do serviço, o grau de instrução predominante é o fundamental, apenas 11% têm o ensino médio e 4% nível superior⁹. Nos restaurantes, assim como as agências e os hotéis, a maioria do pessoal ocupado, 67%, tem ensino médio sendo este, o mais elevado grau de instrução que a atividade apresenta. Nas empresas de transportes 63% da mão-de-obra tem somente nível fundamental, 32 % tem nível médio e apenas 4% tem nível superior.

Tabela 19 - Escolaridade do pessoal ocupado micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Grau de ensino	Segmentos				
	%				
	Agências	Hotéis	Fazendas	Restaurantes	Transportes
Analfabeto	0	1	0	0	0
Fundamental incompleto	4	10	16	8	0
Fundamental completo	2	37	69	8	63
Médio incompleto	0	2	0	17	0
Médio completo	61	43	11	67	32
Superior incompleto	2	2	1	0	1
Superior completo	17	5	4	0	4
Pós-graduação	13	0	0	0	0
Total	100	100	100	100	100

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

A efetiva contribuição da infra-estrutura de formação e capacitação da mão-de-obra do arranjo pode ser verificada pela avaliação da mão-de-obra local. Os empreendedores

⁹ Como pessoal ocupado incluíram-se também os proprietários. Assim, no levantamento do nível de escolaridade, com exceção das agências em que alguns funcionários têm nível superior, nos outros segmentos em que há pessoal ocupado com este grau de instrução, refere-se, especificamente, aos proprietários.

consideraram como características importantes da mão-de-obra, a disciplina, o conhecimento prático e a capacidade para aprender novas qualificações. A escolaridade de ensino fundamental e ensino médio foram importantes para as empresas de transportes, hotéis e agências. Entre os segmentos, a escolaridade de nível superior, teve importância alta para as agências e com níveis mais baixos para hotéis e transportes (Tabela 20).

Tabela 20 - Avaliação da mão-de-obra local segundo os micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Característica	Grau de importância atribuído pelas empresas				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Escolaridade formal de ensino fundamental e médio	0,73	0,47	0,80	0,53	1,00
2. Escolaridade em nível superior e técnico	0,90	0,38	0,62	0,17	0,63
3. Conhecimento prático e/ou técnico na produção	1,00	1,00	0,92	0,70	1,00
4. Disciplina	1,00	1,00	0,92	0,93	1,00
5. Flexibilidade	0,80	0,77	0,66	0,70	0,87
6. Criatividade	0,83	0,93	0,92	0,93	0,43
7. Capacidade para aprender novas qualificações	1,00	0,80	0,78	0,80	0,73
8. Outras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Em termos gerais, as empresas avaliaram o conhecimento prático e técnico da mão-de-obra com grau de importância alto, só ficando atrás do item disciplina. Este resultado, particularmente para fazendas, hotéis e restaurantes, ainda não mostra a participação da infraestrutura de formação e capacitação existente no arranjo, que é muito recente, mas reflete a capacitação desenvolvida pelo Sebrae, através do programa de apoio a atividade do turismo rural, entre 2000 e 2002. Assim, foram constatados os vínculos entre os agentes produtivos localizados em Soure e Salvaterra e as instituições de formação, precisamente ensino

fundamental e ensino médio, mas por outro lado, os relacionados à capacitação técnica, ainda não são verificados.

3.1.3 Emprego e origem dos turistas do APL de turismo rural de Soure e Salvaterra

3.1.3.1 Evolução do emprego

Observando-se a totalidade dos empreendimentos que compõem o arranjo, verifica-se que houve um crescimento do emprego no período entre 1995 e 2004. Como a pesquisa considerou para análise os empreendimentos que iniciaram atividade até 2002, os aumentos no emprego entre 1995 e 2002 ocorreram essencialmente pelas vagas abertas pelos novos empreendimentos. Já entre 2002 e 2004 o aumento da taxa de emprego foi em decorrência de maior oferta pelos empreendimentos já estabelecidos. Como pode ser observado na Tabela 21, os empreendimentos de porte micro tiveram um crescimento na taxa de emprego de 5,4%, entre 1995 e 2000. Entre 2000 e 2002 o aumento foi de 10,3% e entre 2002 e 2004 de 14%. Para os empreendimentos de pequeno porte, houve um crescimento bem mais expressivo. Entre 1995 e 2000, a taxa de emprego aumentou 23,1%, de 2000 para 2002, 81,3% e entre 2002 e 2004 cresceu 22,8%. A média de emprego para os empreendimentos de pequeno porte também aumentou, passando de 22 para 36 empregados por empresa, de 1995 para 2004. Por outro lado, para os empreendimentos de porte micro a média do emprego caiu de 8 para 7 empregados no mesmo período.

O emprego médio por agência se manteve entre 1995 e 2004. Em relação às empresas de transporte aéreo, houve uma queda no emprego de 47,6%, em 2000 em relação a 1995, em consequência da conjuntura econômica da época e de término de contrato de prestação de serviço, no caso de uma das entrevistadas. De 2002 para 2004 houve uma recuperação de 13,6% no número médio de empregados das empresas aéreas. A empresa de transporte

hidroviário, devido às concessões de linha e travessias que ganhou em 2000¹⁰, passou de 4 para 120 empregados entre 1995 e 2000. Nos períodos seguintes esse número ficou estável.

Tabela 21 - Evolução do emprego nas empresas do arranjo produtivo de turismo rural da ilha do Marajó

Anos	Emprego (variação no período)								
	Micro			Pequena			Média		
	Total	Índice	Média	Total	Índice	Média	Total	Índice	Média
1995	129	100	8	65	100	22	4	100	4
	-			-			-		
2000	136	105,43	7	80	123,08	27	120	3000	120
Taxa 00/95	5,4%			23,1%			2900,0%		
2002	150	116,28	7	145	223,08	29	120	3000	120
Taxa 02/00	10,3%			81,3%			0,0%		
2004	171	132,56	7	178	273,85	36	120	3000	120
Taxa 04/02	14,0%			22,8%			0,0%		

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Como já foi mencionado, o arranjo é formado, essencialmente, por empreendimentos de porte micro, dos quais, cerca de 23% são informais. O emprego gerado nos municípios, de Soure e Salvaterra, pelas atividades ligadas diretamente ao arranjo, representou 10% do total dos empregos formais divulgados pela RAIS em 2002. Esse percentual torna-se relevante quando se verifica que em Soure e Salvaterra a administração pública emprega aproximadamente 75% de todo emprego formal (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2002).

Nos últimos cinco anos o número de estabelecimentos, nos referidos municípios, tem se mantido praticamente constante, com exceção de 2002 em que houve uma variação positiva de 27% em relação a 2001, como pode ser observado na Tabela 22. Entre as atividades que contribuíram para esse incremento está a de alojamento e alimentação com a segunda maior contribuição, ficando atrás das atividades relacionadas a outros serviços coletivos, sociais e pessoais.

¹⁰ Como consta no contrato N° 009/2000 da Arcon.

Entre 1995 e 2004, os hotéis tiveram um aumento de 7 para 13 no número médio de empregados. A variação maior do emprego neste segmento ocorreu entre 2000 e 2002, alcançando 83,6%, devido principalmente ao surgimento de novos hotéis. De 2002 para 2004, a variação foi de 12,5% na oferta de empregos. Em relação aos restaurantes, o número de empregados se manteve estável até 2004 quando apresentou um pequeno aumento de 5,9% em relação a 2002.

Tabela 22 - Evolução do número de estabelecimentos nos municípios de Soure e Salvaterra de 1998 a 2002

Municípios	Ano				
	1998	1999	2000	2001	2002
Soure	41	37	35	33	44
Salvaterra	16	19	19	22	26
Total	57	56	54	55	70

Fonte: RAIS/MTE, 2002.

As fazendas apresentaram uma queda no número médio de empregados de 2000 para 2002, passando de 17 para 14. Entretanto, no ano de 2004 esse número aumentou para 20. Apesar das fazendas utilizarem os mesmos empregados dos serviços da atividade agropecuária na atividade turística, este aumento no número médio de empregados ocorre em um período imediatamente posterior ao programa de incentivo ao turismo rural, implementado entre 2000 e 2002.

3.1.3.2 Evolução da participação dos turistas segundo a origem e destino das vendas

As agências, em 1995, tinham a maior parte das vendas direcionadas ao turismo emissivo e para outros estados, como pode ser observado no Gráfico 3. A partir de 2000, o percentual da participação de vendas para o exterior cai para 22,5%, representando menos da

metade do percentual de 1995, que foi de 50%. Por outro lado, percebe-se um crescimento na participação dos destinos nacionais e do próprio Estado, enquanto as vendas para os destinos do arranjo matem-se com a menor participação.

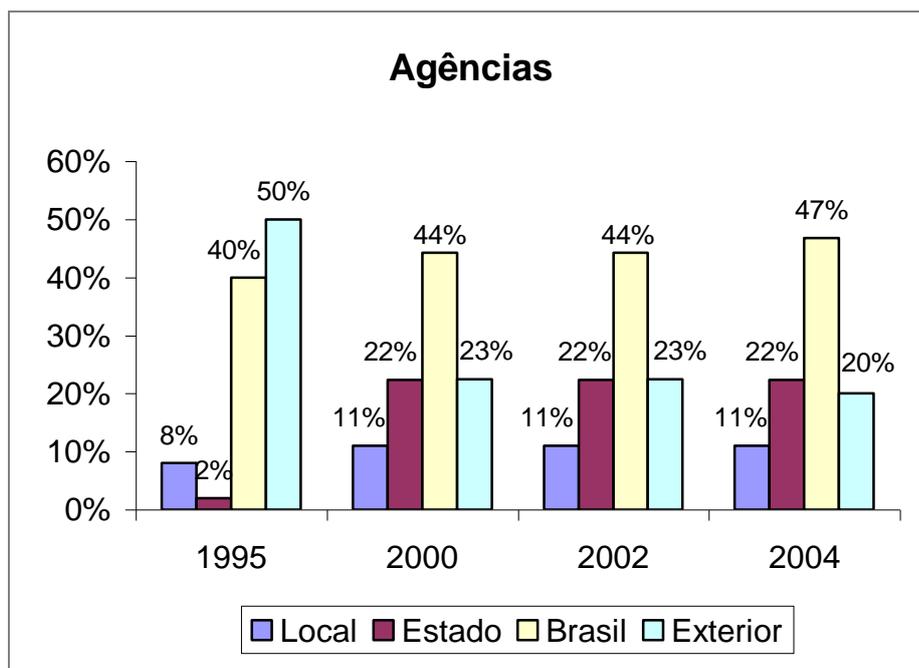


Gráfico 3 - Destino das vendas das agências de viagem do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA
Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Os hotéis, a partir de 2000, mostram um leve crescimento da participação das vendas para turistas de outros estados e estrangeiros, enquanto a participação nas vendas dentro do Estado e no arranjo diminuíram (Gráfico 4). Essa tendência, de crescimento da participação dos turistas nacionais e estrangeiros nas vendas, torna-se maior no caso das fazendas. Os clientes das fazendas são constituídos basicamente de turistas nacionais e estrangeiros, sendo que a partir de 2000, a participação de estrangeiros vem aumentando (Gráfico 5). Em relação aos restaurantes, a participação maior foi de turistas do próprio estado, seguido de estrangeiros, outros estados e clientes locais (Gráfico 6).

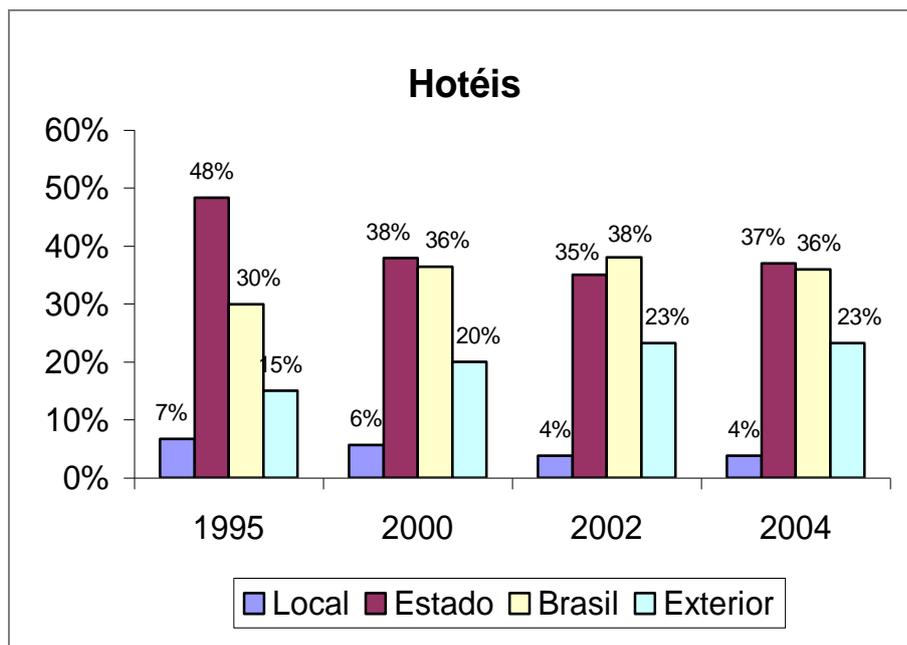


Gráfico 4 – Origem dos turistas dos hotéis do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA.

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

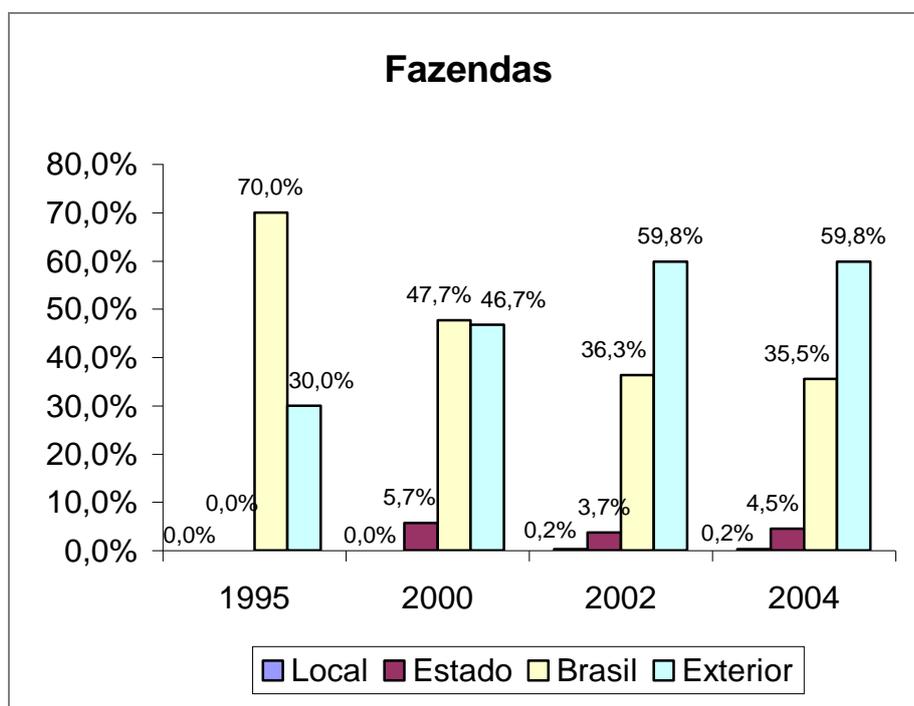


Gráfico 5 – Origem dos turistas das fazendas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

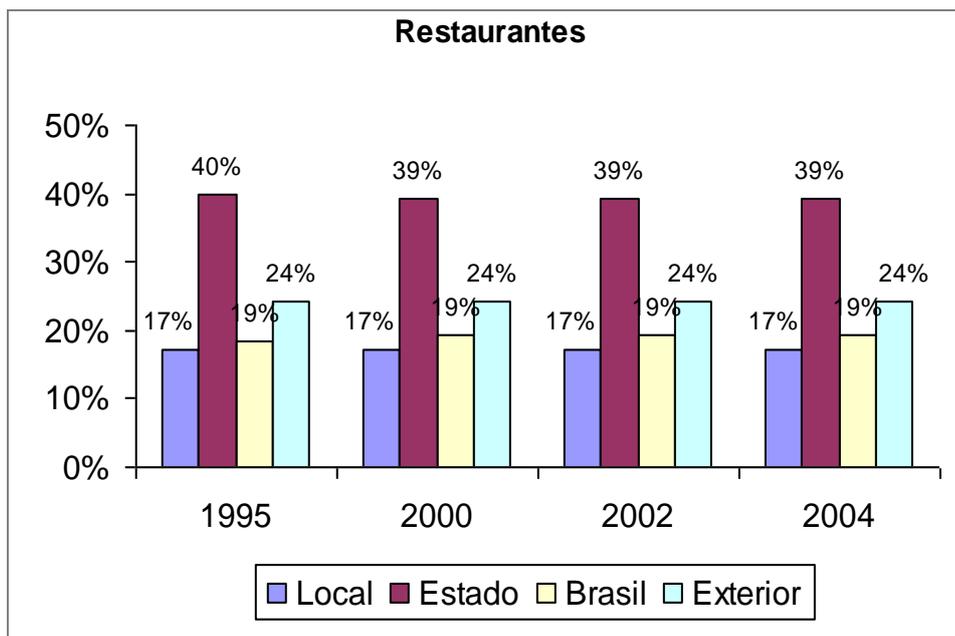


Gráfico 6 - Origem dos clientes dos restaurantes do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA
Fonte: Pesquisa de campo (2004).

A empresa de transporte hidroviário tem 30% das vendas destinadas aos municípios do arranjo e o restante atende outros municípios do estado.

Alguns acontecimentos que afetaram a atividade turística no Brasil e no mundo podem ter influenciado a evolução da composição da demanda das empresas do arranjo, sobretudo das agências, fazendas e hotéis. Primeiro, a desvalorização do dólar a partir de 1999 e depois os atentados terroristas aos Estados Unidos em 2001. Esses fatos tiveram efeitos negativos principalmente para o turismo emissor. Por outro lado, a desvalorização da moeda nacional favoreceu o turismo receptor, o que pode justificar o aumento da participação de turistas estrangeiros.

3.3 AS FORMAS DE COOPERAÇÃO E COORDENAÇÃO ENTRE OS AGENTES DO ARRANJO

O conjunto de capacitações (que envolve conhecimento codificado e tácito) de uma firma pode ser expandido e melhorado através de diversas formas de interação (*learning by*

interacting) entre os agentes econômicos e entre estes e as outras instituições. As relações de cooperação vertical e horizontal, nestes termos, têm papel fundamental (LUNDVALL; NIELSEN, 2003; TORRES et al., 2004; BRITO, 2004; VARGAS; 2004). Para verificar as formas de cooperação e coordenação do arranjo serão identificados a seguir a intensidade com que as relações de cooperação ocorrem; os parceiros e sua localização; as interações via mercado; as vantagens locais para a empresa e a estrutura de governança e; a intensidade das interações com outras instituições.

3.3.1 As ações cooperativas do APL

A intensidade das interações que resultam das ações em parceria é baixa, constituindo-se fundamentalmente, em venda conjunta, divulgação e participação em feiras. Estas formas de cooperação ocorrem predominantemente através de vínculos verticais (com outras empresas do setor) e com intensidade mais baixa, através de vínculos horizontais (concorrentes).

Tabela 23 - Participação em atividades cooperativas em 2004 dos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA por segmento

Segmentos	Agências	Hotéis	Fazendas	Restaurantes	Transportes
Sim	100%	50%	83%	33%	33%
Não	0%	50%	17%	67%	67%
Amostra (número de empresas)	4	10	6	6	3

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

A maioria dos empreendimentos do arranjo realiza ou já realizou atividades em parceria. Entre 2002 e 2004 as agências (100%), as fazendas (83%) e hotéis (50%) foram os que mais realizaram esse tipo de atividade. Por outro lado, as empresas de transportes e os

restaurantes foram os que menos realizaram ações conjuntas, como mostra a Tabela 23. Quando se analisa pelo porte, verifica-se que os micro-empresendimentos são os que menos cooperam, apenas 47,8%, contra 100% dos empreendimentos de pequeno e médio porte (tabela 24). Contudo, a intensidade da cooperação, mesmo entre as empresas que mais cooperam, foi muito baixa, como pode ser vista na Tabela 25.

Tabela 24 - Participação em atividades cooperativas em 2004 dos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA por porte

Porte	Participa	Não participa	Total	Amostra (número de empresas)
Micro	47,8%	52,2%	100%	23
Pequena	100,0%	0,0%	100%	5
Média	100,0%	0,0%	100%	1

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Pela natureza da atividade que desempenham - de intermediação entre transportes, meios de hospedagem, recreação etc. - na venda do produto turístico, as agências tendem a ter uma interação vertical maior. A interação horizontal também é relevante, pois muitas vendem produtos de outras agências, como alguns entrevistados revelaram. Deste modo, as cooperações mais significativas, para as agências são as realizadas com concorrentes e outras empresas do setor. Também realizam atividades cooperativas com fornecedores de equipamentos e *softwares*, clientes e empresas de consultoria.

Em geral, os principais parceiros estão localizados no arranjo. Assim, em relação à cooperação, as empresas interagem mais dentro que fora do arranjo. Os parceiros das agências estão localizados em Belém, alguns relacionados a fornecimentos de *softwares* e outras empresas do setor estão localizados em outros estados, como pode ser observado na Tabela 26.

Tabela 25 - Relações de cooperação dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA com outras organizações

Agentes	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Empresas					
1.1. Outras empresas dentro do grupo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.2. Empresas associadas (<i>joint venture</i>)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1.3. Fornecedores de insumos (equipamentos, materiais, componentes e <i>softwares</i>)	0,40	0,00	0,00	0,10	0,00
1.4. Clientes	0,25	0,00	0,00	0,00	0,00
1.5. Concorrentes	0,50	0,17	0,03	0,00	0,33
1.6. Outras empresas do setor	0,50	0,70	0,40	0,17	0,00
1.7. Empresas de consultoria	0,15	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Universidades e institutos de pesquisa					
2.1. Universidades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.2. Institutos de pesquisa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.3. Centros de capacitação profissional de assistência técnica e de manutenção	0,25	0,00	0,10	0,00	0,00
2.4. Instituições de testes, ensaios e certificações	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Outros agentes					
3.1. Representação	0,15	0,00	0,00	0,00	0,00
3.2. Entidades sindicais	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00
3.3. Órgãos de apoio e promoção	0,00	0,00	0,00	0,00	0,20
3.4. Agentes financeiros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	2

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número de empresas por porte})$.

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

As parcerias mais significativas das fazendas são as realizadas com outras empresas do setor, principalmente agências e hotéis. As parcerias entre as fazendas tiveram um grau de importância muito baixo. As outras empresas do setor estão localizadas principalmente no arranjo, mas alguns estão em outros estados e no exterior. Os hotéis também realizam parcerias principalmente com outras empresas do setor (principalmente agências) - localizadas em Belém, no Pará e em outros estados - e com intensidade muito baixa com centros de capacitação e entre e eles.

No caso dos restaurantes, alguns têm parcerias com fornecedores de insumo e com outras empresas do setor. Já as empresas de transportes (principalmente hidroviário) têm realizado parcerias com concorrentes e com órgãos de apoio e promoção localizados em Belém. Em ambos os casos o nível de importância atribuído foi muito baixo.

Realizar parceria com a finalidade de venda conjunta foi comum para todas as empresas pesquisadas que desenvolveram atividades de cooperação, como mostra a Tabela 27. As agências são as que mais realizam esse tipo de parceria, realizando também para desenvolvimento de produtos, divulgação, capacitação de recursos humanos e para participação em feiras. As fazendas cooperam com intensidade alta em primeiro lugar, para divulgar seus serviços, em segundo lugar para a venda conjunta e com grau de intensidade mais baixo, para participação em feiras e fazer reivindicações. Os hotéis cooperam com intensidade média para vender conjuntamente e com baixa para divulgar e para participação em feiras. Os restaurantes apenas cooperaram para venda conjunta de seus produtos e serviços, com grau de relevância baixo, e as empresas de transportes, além da venda conjunta também realizaram parcerias para capacitação de recursos humanos, ambas com baixo grau de importância.

O aprendizado interativo proporcionado através da cooperação, resulta em melhoria nas condições de comercialização, promoção de nome/marca da empresa no mercado nacional e internacional. As agências têm ganhos mais significativos em termos de aprendizagem com as ações de cooperação. As fazendas ficam em segundo lugar, mas para o arranjo o processo de aprendizagem resultante das cooperações é baixo. Em geral, hotéis, restaurantes e transportes são os que menos se favorecem dos benefícios gerados pela aglomeração (Tabela 28).

Tabela 26 - Localização dos parceiros nas atividades cooperativas das empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Descrição	Agência				Fazendas				Hotéis				Restaurantes				Transportes			
	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior
1. Empresas																				
1.1. Outras empresas dentro do grupo																				
1.2. Empresas associadas (<i>joint venture</i>)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1.3. Fornecedores de insumos (equipamentos, materiais, componentes e <i>softwares</i>)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1.4. Clientes	0,0%	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1.5. Concorrentes	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1.6. Outras empresas do setor	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
1.7. Empresas de consultoria	0,0%	50,0%	25,0%	25,0%	66,7%	50,0%	16,7%	33,3%	10,0%	20,0%	10,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
2. Universidades e institutos de pesquisa																				
2.1. Universidades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2.2. Institutos de pesquisa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2.3. Centros de capacitação profissional de assistência técnica e de manutenção	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2.4. Instituições de testes, ensaios e certificações	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3. Outros agentes																				
3.1. Representação	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3.2. Entidades sindicais	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3.3. Órgãos de apoio e promoção	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
3.4. Agentes financeiros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Amostra (número de empresas)	4				6				10				6				3			

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Tabela 27 - Atividades cooperativas desenvolvidas pelos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA em 2002

Finalidade da cooperação	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agência	Fazendas	Hotéis	Rstaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Compra de insumos e equipamentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Venda conjunta de produtos	0,80	0,65	0,43	0,27	0,33
3. Desenvolvimento de produtos e processos	0,58	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Divulgação	0,50	0,70	0,30	0,00	0,00
5. Capacitação de recursos humanos	0,25	0,00	0,00	0,00	0,20
6. Obtenção de financiamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Reivindicações	0,25	0,33	0,00	0,00	0,00
8. Participação conjunta em feiras etc.	0,48	0,43	0,20	0,00	0,00
9. Outras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^\circ \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^\circ \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^\circ \text{ Médias} + N^\circ \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Para as agências, os resultados mais importantes das ações em parceria são a melhoria na qualidade dos serviços e novas oportunidades de negócio, seguidos do desenvolvimento de novos produtos, melhoria nas condições de comercialização e promoção do nome da empresa no mercado nacional e internacional, além de melhor capacitação de recursos humanos.

As fazendas têm como resultado de maior relevância, a promoção do nome da empresa no mercado nacional e internacional e maior inserção da empresa no mercado externo, seguidos da melhoria das condições de comercialização, melhoria na qualidade dos serviços e desenvolvimento de novos serviços.

Para os restaurantes e transportes as avaliações dos resultados são menos expressivas. Os restaurantes avaliam com grau de importância médio a promoção do nome da empresa, a melhoria nas condições de comercialização e baixo a melhoria da qualidade dos serviços e novas oportunidades de negócio. Para as empresas de transportes, os resultados obtidos com as parcerias foram em relação à melhoria na qualidade do serviço e na capacitação dos recursos humanos.

Tabela 28 - Resultados obtidos com as parcerias realizadas pelas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Descrição	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agência	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Melhoria na qualidade dos serviços	0,90	0,53	0,26	0,27	0,20
2. Desenvolvimento de novos produtos	0,80	0,50	0,16	0,00	0,00
3. Melhoria nos processos produtivos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Melhoria nas condições de fornecimento dos produtos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Melhor capacitação de recursos humanos	0,50	0,17	0,06	0,00	0,33
6. Melhoria nas condições de comercialização	0,65	0,60	0,35	0,33	0,00
7. Introdução de inovações organizacionais	0,25	0,17	0,06	0,00	0,00
8. Novas oportunidades de negócios	0,90	0,33	0,30	0,10	0,00
9. Promoção de nome/marca da empresa no mercado nacional	0,65	0,70	0,39	0,10	0,00
10. Maior inserção da empresa no mercado externo	0,48	0,65	0,29	0,17	0,00
11. Outras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \times N^\circ \text{ Nulas} + 0,3 \times N^\circ \text{ Baixas} + 0,6 \times N^\circ \text{ Médias} + N^\circ \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Neste contexto, as ações conjuntas realizadas no arranjo limitam-se, fundamentalmente, à cooperação vertical para a realização de atividades comerciais e promocionais como venda conjunta, divulgação e participação em feiras. A desconfiança e a falta de percepção das vantagens que podem ser proporcionadas pelas atividades cooperativas por parte da maioria dos empreendedores pesquisados, restringem o desempenho do arranjo, o que pode ser verificado nos resultados pouco expressivos dessas atividades, sobretudo com relação à introdução de inovações e à melhoria da capacitação dos recursos humanos.

Principalmente para as fazendas, a interação vertical representa uma novidade, quando se compara o turismo rural desenvolvido hoje com aquele da década de 80. O aumento da

participação de turistas estrangeiros nos últimos anos é resultado, em grande parte, da interação das fazendas com agências e meios de transportes, possibilitando a oferta sistemática do serviço. Contudo, a ausência de cooperação horizontal limita o desempenho da atividade, que poderia ser melhorado, por exemplo, com a realização de ações cooperativas para a capacitação de recursos humanos em língua estrangeira.

3.3.2 As vantagens relacionadas à localização

A proximidade territorial permite o desenvolvimento de processos interativos entre os diversos agentes ao longo da cadeia produtiva, possibilitando a articulação de ações conjuntas como promoção de eventos, atividades comerciais, capacitação de mão-de-obra, entre outros. As vantagens do local para as empresas do arranjo estão, em geral, relacionadas à infraestrutura e a proximidade com fornecedores de matéria-prima, como mostra a Tabela 29. Para as agências, as vantagens são mais elevadas que para as demais atividades, sendo a mais importante a proximidade com o cliente, seguida da proximidade com fornecedores, infraestrutura e disponibilidade de serviços técnicos especializados. Para os hotéis e as fazendas, as vantagens, em geral, são baixas, pois a maioria dos clientes, fornecedores e serviços especializados não estão próximos.

Para os restaurantes, a proximidade com fornecedores e a infraestrutura física teve elevado grau de importância. As outras vantagens mencionadas pelos restaurantes tiveram menor grau de importância. Para as empresas de transportes, as vantagens mais significativas foram: a infraestrutura física e proximidade com os clientes.

Tabela 29 - Vantagens da localização para os micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Vantagens	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Disponibilidade de mão-de-obra qualificada	0,48	0,10	0,37	0,53	0,43
2. Baixo custo da mão-de-obra	0,00	0,20	0,44	0,40	0,40
3. Proximidade com os fornecedores de insumos e matéria prima	0,90	0,37	0,32	0,93	0,30
4. Proximidade com os clientes/consumidores	1,00	0,00	0,18	0,68	0,63
5. Infra-estrutura física (energia, transporte, comunicações)	0,80	0,47	0,30	0,80	0,87
6. Proximidade com produtores de equipamentos	0,55	0,10	0,15	0,33	0,00
7. Disponibilidade de serviços técnicos especializados	0,80	0,00	0,12	0,40	0,30
8. Existência de programas de apoio e promoção	0,30	0,43	0,06	0,00	0,00
9. Proximidade com universidades e centros de pesquisa	0,30	0,00	0,00	0,17	0,00
10. Outra	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número de total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

As fazendas atribuíram importância média à existência de programa de apoio e promoção, sendo a segunda vantagem mais importante (índice de 0,43), entre os itens relacionados, indicando que o programa de incentivo promovido pela Paratur e Sebrae foi relevante para o desenvolvimento do turismo rural nas fazendas.

A disponibilidade de mão-de-obra qualificada para as fazendas foi considerada uma vantagem muito baixa, enquanto para os hotéis, foi uma vantagem média. O fato de parte dos clientes desses segmentos serem estrangeiros requer conhecimento de outras línguas por parte do pessoal ocupado, o que implica em busca de mão-de-obra capacitada ou em capacitação

dos empregados por parte dos proprietários, o que ainda é pouco verificado no arranjo, com exceção de uma das fazendas. Este fato se confirma com a avaliação do item proximidade com universidades, centros de pesquisa e de capacitação, o qual apresentou grau de importância baixo para algumas empresas e para a maioria não representa nenhuma vantagem.

Tabela 30 - Transações comerciais realizadas no local pelos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Tipos de transações	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Aquisição de insumos e matéria prima	0,58	0,80	0,64	0,93	0,33
2. Aquisição de equipamentos	0,65	0,10	0,06	0,27	0,33
3. Aquisição de componentes e peças	0,50	0,10	0,15	0,22	0,20
4. Aquisição de serviços (manutenção, marketing, etc)	0,83	0,17	0,12	0,20	0,33
5. Vendas de produtos	0,90	0,27	0,35	0,87	1,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número de total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

As vantagens ou não da localização do arranjo se refletem nas transações realizadas localmente. As principais interações via mercado realizadas no local são aquisição de matéria-prima e venda do produto. Para as agências as transações realizadas localmente mais significativas são a venda e aquisição de serviços, seguidas da aquisição de equipamentos e insumos. No caso dos hotéis, fazendas e restaurantes a transação mais realizada localmente é a aquisição de insumos e matéria-prima.

A baixa atribuição dada às vantagens do local, principalmente pelos empreendedores de Soure e Salvaterra se reflete na baixa interação comercial verificada, com exceção da aquisição de matéria prima. Para fazendas e hotéis esta é a principal transação comercial realizada localmente, entretanto não é considerada uma vantagem relevante associada ao local.

Somente para os restaurantes a aquisição de matéria prima constitui-se em vantagem e transação comercial mais importante entre os itens referentes à proximidade relacionados nas Tabelas 29 e 30

A venda no local é, obviamente, a transação mais importante para as empresas de transportes e também para os restaurantes, como pode ser observado na Tabela 30. Com exceção das agências, que apresentaram grau de importância relativamente significativo em relação à aquisição local de equipamentos, os outros segmentos localizadas em Soure e Salvaterra, apresentaram um grau de importância baixo, significando a não aquisição no local desses itens. Sobre esta questão, o Plano de Desenvolvimento Turístico do Estado (2001-2003), no item sobre infra-estrutura e equipamentos básicos, expõe um problema relativo à falta de produção no Estado de equipamentos utilizados pelas empresas de turismo. Tais equipamentos necessários a hotéis, restaurantes, transportadoras e organizadores de viagem são trazidos, na maioria dos casos, de outros estados.

3.3.3 As formas de coordenação

Através das formas de interação entre os atores do arranjo pode-se delinear a estrutura de governança existente. Essas interações podem ser verticais (relações de subcontratação e com fornecedores), horizontais (entre as empresas do mesmo segmento) ou multilaterais (entidades representativas, instituições de fomento, ensino e capacitação) (CASTRO, 2004). A pesquisa constatou que as relações de subcontratação são muito reduzidas (Tabela 31). Por outro lado, a interação decorrente do fornecimento de serviço ao longo da cadeia é mais expressiva. A natureza da atividade turística requer grande interação entre os segmentos envolvidos. No turismo rural do Marajó há grande complementaridade entre fazendas, hotéis, transportes e agências. Apesar da desintermediação possibilitada pela Internet, possibilitando

hotéis e fazendas venderem diretamente seus serviços, a intermediação das agências, organizando o conjunto dos serviços que compõem o produto turístico, predomina. As interações horizontais, por outro lado, são menos intensas, sendo mais significativas para as agências. Da mesma forma, as interações (multilaterais) com os desenhos institucionais também são muito restritas e pouco freqüentes. A contribuição de organizações locais como sindicatos associações ou cooperativas, exercendo o papel de promotoras de ações para auxiliar o desenvolvimento da atividade, como já foi mencionado, ainda é muito reduzida.

Tabela 31 - Empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA subcontratantes por porte e localização dos empreendimentos subcontratados

Porte da empresa subcontratante	Porte do empreendimento subcontratado				Total empresas subcontratantes	Total geral de empresas
	Micro e pequena		Média e grande			
	Local	Fora do arranjo	Local	Fora do arranjo		
1. Micro	3 13,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 4,3%	4 17,4%	23 100,0%
2. Pequena	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	5 100,0%
3. Média	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100,0%

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

A coordenação decorrente das interações entre as empresas ao longo da cadeia não tem uma estrutura definida, não havendo liderança ou relação hierárquica entre as empresas. Por outro lado, o setor público tem promovido ações através de políticas de fomento ao desenvolvimento da atividade. Essas ações têm sido direcionadas, principalmente, para criação e melhoria da infra-estrutura de capacitação e formação da mão-de-obra do arranjo (como a instalação da Escola de Trabalho e Produção e do curso regular de turismo pela UFPA). Nestes termos, tem-se de um lado uma governança pública exercida pelo Governo Estadual através da Paratur, e de outro uma governança determinada pelas relações de mercado, ou ausência de governança.

3.4 O PROCESSO DE APRENDIZAGEM RESULTANTE DAS INTERAÇÕES ENTRE OS AGENTES DO ARRANJO

Na abordagem evolucionista, o processo de aprendizagem é interativo e cumulativo, envolvendo conhecimentos codificados e tácitos. Neste processo, as diferentes fontes de informação, que podem ser internas ou externas à firma têm papel essencial para criação de competências. Esse aprendizado interativo que envolve diversos atores tem como resultado a capacidade de gerar inovações (CAMPOS, 2004; VARGAS, 2004; CASSIOLATO; SZAPIRO, 2003). Neste contexto, serão avaliados a seguir os processos de aprendizagem resultante das interações entre os agentes produtivos, através da observação da origem da informação, se interna ou externa à empresa, e se ocorre dentro ou fora do APL. Também serão verificados, os fatores determinantes para a competitividade das empresas, os procedimentos utilizados pelas empresas para capacitar seus recursos humanos, e como as informações obtidas através dos processos de treinamento e aprendizagem são incorporadas pelas empresas, além de conferir a intensidade desse aprendizado na criação de inovações e os impactos gerados por essas inovações.

3.4.1 Fatores determinantes para a competitividade

Entre os fatores determinantes para a competitividade dos empreendimentos, relacionados na Tabela 32, a maioria tem grau de importância alto, com algumas exceções. O custo de mão-de-obra, por exemplo, é considerado um fator de média importância para a competitividade, tendo mais importância para os transportes e para os hotéis. A capacidade de introdução de novos produtos ou processos, para alguns restaurantes, é considerada de média importância. As empresas de transportes, por outro lado, não consideram a divulgação e a estratégia de comercialização fatores importantes de competitividade, possivelmente pelo fato

de ser pequeno o número de empresas que realizam as viagens entre Belém e os dois municípios, principalmente no caso do hidroviário.

Os principais fatores de competitividade assinalados foram: a qualidade dos insumos, a qualidade da mão-de-obra, a qualidade do serviço e a capacidade de atendimento. Principalmente para as agências, hotéis e fazendas a divulgação é considerada como um fator de alta relevância.

Tabela 32 - Fatores determinantes da competitividade dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Fatores competitivos	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Qualidade da matéria-prima e outros insumos	1,00	1,00	0,96	1,00	1,00
2. Qualidade da mão-de-obra	1,00	0,77	0,86	0,87	1,00
3. Custo da mão-de-obra	0,53	0,33	0,60	0,57	0,87
4. Nível tecnológico dos equipamentos	0,83	0,67	0,80	0,52	1,00
5. Capacidade de introdução de novos produtos/processos	0,80	0,87	0,76	0,37	0,77
6. Divulgação	0,90	1,00	0,80	0,63	0,20
7. Estratégias de comercialização	1,00	1,00	0,80	0,63	0,20
8. Qualidade do produto	1,00	1,00	0,96	0,93	1,00
9. Capacidade de atendimento (volume e prazo)	1,00	1,00	0,82	0,77	0,87
10. Outra	0,0%	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^\circ \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^\circ \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^\circ \text{ Médias} + N^\circ \text{ Altas}) / (\text{número de empresas por segmento})$.

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

3.4.2 A qualificação da mão-de-obra

Apesar de ser considerado um dos fatores determinantes para a competitividade e de ter sido considerada uma dificuldade significativa no primeiro ano de vida dos empreendimentos, a mão-de-obra qualificada não tem sido muito buscada no arranjo pesquisado. O grau de importância atribuído pelos empreendedores às atividades de

treinamento e capacitação, em geral, foi baixo. Para dispor de mão-de-obra qualificada, entre 2002 e 2004, a maioria dos empreendimentos, realizou treinamentos internos e em cursos realizados no arranjo como as principais formas para qualificar a mão-de-obra, como pode ser observado na tabela 33. Para as agências as principais atividades de treinamento e capacitação realizadas foram os cursos fora do arranjo, estágios em empresas fornecedoras (de *software* e operadoras que formatam os pacotes) e cursos realizados no arranjo. Para restaurantes e empresas de transportes os treinamentos em cursos técnicos realizados no arranjo foram considerados os mais importantes. No caso das empresas de transporte hidroviário, esses cursos no arranjo são, geralmente, oferecidos pelo Ciaba, Arcon e Paratur. Já no caso dos restaurantes, por se tratar de micro-empresendimentos, com poucos recursos e que na maioria dos casos, utiliza apenas mão-de-obra familiar, a obtenção de qualificação se resumiu aos cursos oferecidos pelo Programa de Diversificação da Oferta Turística. Os hotéis de porte micro e algumas fazendas também se beneficiaram dos cursos oferecidos por este Programa. Para as fazendas, a realização de treinamentos internos, cursos técnicos no arranjo e fora do arranjo foram avaliados com grau de importância médio. Em relação aos hotéis, os tipos de recursos utilizados e a intensidade foram semelhantes aos utilizados pelas fazendas, realizando também contratação de empregados de outras empresas do arranjo e de fora do arranjo.

De modo geral, as empresas do arranjo, principalmente as fazendas, os hotéis e os restaurantes realizaram poucas atividades em treinamento e capacitação da mão-de-obra, bem como a contratação de formandos de cursos técnicos ou universitários realizados no arranjo ou próximo. Esses resultados revelam um dos fatores que limitam o desenvolvimento desses empreendimentos relacionado ao reduzido investimento em recursos humanos. Tal fato compromete a progressiva melhoria na oferta dos serviços e também a capacidade de criação

de novos processos e serviços, necessários para que esses empreendimentos se mantenham competitivos.

Tabela 33 - Atividades de treinamento e capacitação de recursos humanos dos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Descrição	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Treinamento na empresa	0,50	0,50	0,50	0,17	0,67
2. Treinamento em cursos técnicos realizados no arranjo	0,65	0,37	0,36	0,47	1,00
3. Treinamento em cursos técnicos fora do arranjo	0,75	0,33	0,16	0,00	0,33
4. Estágios em empresas fornecedoras ou clientes	0,65	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Estágios em empresas do grupo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Contratação de técnicos/engenheiros de outras empresas do arranjos	0,40	0,00	0,06	0,00	0,53
7. Contratação de técnicos/engenheiros de empresas fora do arranjo	0,00	0,00	0,20	0,00	0,33
8. Absorção de formandos dos cursos universitários localizados no arranjo ou próximo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9. Absorção de formandos dos cursos técnicos localizados no arranjo ou próximo	0,25	0,00	0,06	0,00	0,33
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \times N^\circ \text{ Nulas} + 0,3 \times N^\circ \text{ Baixas} + 0,6 \times N^\circ \text{ Médias} + N^\circ \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Um outro dado da pesquisa que reforça essa limitação é quando as empresas avaliam a sua mão-de-obra. A escolaridade (ensino fundamental, médio e superior) foi, em geral, considerada com menos importância que as outras características, como por exemplo, a disciplina, que teve um índice de importância alto para todos os segmentos. Este aspecto, que visivelmente valoriza a obediência, pode representar um entrave para a criação de um ambiente propício à construção de conhecimentos, viabilizado quando o indivíduo não só

experimenta ou executa, mas também participa e reflete sobre os resultados da produção desses conhecimentos. Quando isso ocorre há uma tendência de maior distribuição coletiva das responsabilidades, intensificando o processo de construção de competências (LUNDVALL; NIELSEN, 2003). Contudo, o conhecimento prático e/ou técnico e capacidade para aprender novas qualificações foram considerados muito relevantes. O que revela que os empreendedores, por um lado, reconhecem a importância do conhecimento tácito, mas por outro, atribuem pouco valor ao conhecimento formal. Principalmente no caso das fazendas, esses resultados revelam a forma de gestão tradicional da mão-de-obra, cujo trabalho de manejo pecuário não requer muito investimento em qualificação. Entretanto, para o segmento do turismo rural e para o arranjo como um todo, esses investimentos são fundamentais para sustentar a competitividade desses empreendimentos.

3.4.3 As fontes de informação

Além desses recursos, as fontes internas e externas de informação são essenciais para a construção do aprendizado. Deste modo, observando-se as Tabelas 34 e 35, verifica-se que as fontes de informações externas foram mais significativas que as fontes internas para as empresas do arranjo. Por se tratar de um arranjo em que predominam as micro empresas (79%), as fontes de informações internas relacionadas a departamentos de P&D, área de venda e serviço de atendimento ao cliente entre outros, têm pouca importância ou são inexistentes para alguns segmentos. A maioria das empresas utiliza os conhecimentos e as habilidades dos empregados adquiridos através da execução contínua das atividades (*learning by doing*). Os clientes e as conferências e seminários (*learning by interacting*), seguidas das informações baseadas na Internet foram as fontes de aprendizado externos mais importantes para todos os segmentos, com exceção das empresas de transportes. Para as empresas de

transporte, os centros de capacitação profissionais e associações empresariais locais constituíram-se nas mais importantes fontes de informação. No caso das agências, por terem uma interação comercial (horizontal) mais forte que os outros segmentos do arranjo, os concorrentes foram apontados como uma importante fonte de informação. As feiras foram consideradas outra fonte importante tanto para as agências quanto para as fazendas. Para os hotéis, além das fontes citadas, as outras empresas do setor também tiveram relativa importância como fonte de informação. Os encontros de lazer foram relevantes, como fonte de informação, para as fazendas e as empresas de transportes. Na maioria dos casos essas fontes estão localizadas no arranjo. Todavia, para fazendas, agências e hotéis há um percentual significativo de fontes de informação localizadas em outros estados e no exterior.

Tabela 34 - Fontes internas de informação empregadas pelas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Fonte de informação	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Departamento de P&D	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Área de produção	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Áreas de vendas e marketing	0,40	0,17	0,06	0,00	0,00
4. Serviços de atendimento ao cliente	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Outras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

As fontes de informação consideradas importantes para as agências, como conferências e feiras, estão localizadas, sobretudo, em outros estados. No caso das fazendas, uma das fontes de aprendizado mais importantes, os clientes, estão localizados em primeiro

lugar no exterior, em segundo, em outros estados e um percentual menor no próprio estado. As outras fontes de informação, das fazendas, estão localizadas em Soure e Salvaterra e em Belém. Para os hotéis, as fontes de informações oriundas de clientes estão localizadas em Belém, em outros estados e no exterior, e como as fazendas, têm as outras fontes localizadas em Soure, Salvaterra e Belém (Tabela 36).

Tabela 35 - Fontes externas de informação empregadas pelos segmentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Fonte de informação	Grau de importância atribuído pelos segmentos				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*	Índice*
1. Fornecedores de insumos (equipamentos, materiais)	0,50	0,00	0,09	0,27	0,20
2. Clientes	0,75	0,82	0,70	0,63	0,20
3. Concorrentes	0,75	0,35	0,39	0,27	0,33
4. Outras empresas do setor	0,48	0,48	0,51	0,40	0,00
5. Empresas de consultoria	0,25	0,33	0,10	0,00	0,33
6. Universidades	0,00	0,00	0,00	0,17	0,00
7. Institutos de pesquisa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8. Centros de capacitação profissional, de assistência técnica e de manutenção	0,00	0,17	0,06	0,10	0,67
9. Instituições de testes, ensaios e certificações	0,00	0,00	0,00	0,00	0,53
10. Conferências, seminários, cursos e publicações especializadas	0,90	0,77	0,75	0,35	0,53
11. Feiras, exposições e lojas	0,80	0,80	0,46	0,20	0,00
12. Encontros de lazer (clubes, restaurantes etc.)	0,58	0,57	0,21	0,27	0,53
13. Associações empresariais locais (inclusive consórcios de exportações)	0,48	0,42	0,26	0,10	0,63
14. Informações de rede baseadas na internet ou computador	1,00	0,67	0,51	0,17	0,20
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = (0*Nº Nulas + 0,3*Nº Baixas + 0,6*Nº Médias + Nº Altas) / (número total de empresas)

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Tabela 36 - Localização das fontes de informação das empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Descrição	Agência				Fazendas				Hotéis				Restaurantes				Transportes			
	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior	Local	Estado	Brasil	Exterior
2. Fontes externas																				
2.1. Fornecedores de insumos (equipamentos, materiais)	0,0%	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%
2.2. Clientes	0,0%	75,0%	75,0%	0,0%	0,0%	66,7%	83,3%	100,0%	30,0%	90,0%	90,0%	90,0%	83,3%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%
2.3. Concorrentes	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	40,0%	10,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
2.4. Outras empresas do setor	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	33,3%	50,0%	0,0%	16,7%	60,0%	10,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2.5. Empresas de consultoria	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
3. Universidades e outros institutos de pesquisa																				
3.1. Universidades	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3.2. Institutos de pesquisa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3.3. Centros de capacitação profissional, de assistência técnica e de manutenção	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	16,7%	0,0%	10,0%	10,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%
3.4. Instituições de testes, ensaios e certificações	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%
4. Outras fontes de informação																				
4.1. Licenças, patentes e "know-how"	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4.2. Conferências, seminários, cursos e publicações especializadas	0,0%	100,0%	75,0%	50,0%	50,0%	83,3%	50,0%	0,0%	60,0%	80,0%	50,0%	20,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%
4.3. Feiras, exposições e lojas	0,0%	75,0%	75,0%	50,0%	83,3%	100,0%	16,7%	0,0%	20,0%	50,0%	20,0%	20,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4.4. Encontros de lazer (clubes, restaurantes, etc)	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	33,3%	0,0%	30,0%	40,0%	10,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%
4.5. Associações empresariais locais (inclusive consórcios de exportações)	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	10,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
4.6. Informações de rede baseadas na internet ou computador	0,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%	66,7%	66,7%	66,7%	0,0%	70,0%	70,0%	50,0%	0,0%	16,7%	16,7%	16,7%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%
Amostra (número de empresas)	4				6				10				6				3			

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Os resultados dos treinamentos e dos processos de aprendizagem formais e informais, obtidos tanto pelas atividades cooperativas quanto pelas fontes externas de aprendizado, implicam em algum tipo de melhoria, segundo a avaliação dos empreendimentos. Como se pode observar na Tabela 37, as agências e as fazendas foram os segmentos que atribuíram maiores graus de importância aos resultados. Para as agências e as fazendas, os resultados mais significativos foram maior capacitação para realização de modificações e melhorias nos serviços e para desenvolver novos serviços. Para os hotéis, o resultado mais importante foi a melhoria da capacitação administrativa. Para os restaurantes, o processo de treinamento e aprendizagem resultou, principalmente, em maior capacitação para realização de modificações e melhorias do produto. E para as empresas de transportes, a melhor utilização dos equipamentos foi o principal resultado dos processos de treinamentos e aprendizagem.

Nestes termos, as empresas reconhecem e consideram relevantes para a criação de competências o processo de treinamento e capacitação, bem como o aprendizado interativo proveniente de fontes externas e de atividades cooperativas.

3.4.4 As atividades inovativas desenvolvidas

Apesar da maioria das empresas considerar a capacidade de introdução de novos serviços e/ou processos como um fator competitivo importante, apenas 24% revelou ter introduzido algum tipo de serviço ou processo novo entre 2002 e 2004. Este resultado mostra as deficiências e limitações do arranjo relacionadas ao capital humano e às interações. A baixa incorporação em inovações é proporcional ao processo de aprendizagem do arranjo, seja em inovações de serviços, de processos ou organizacionais. Das atividades pesquisadas, as agências, os hotéis e as fazendas realizaram algum tipo de inovação (Tabela 38).

Tabela 37 - Resultados obtidos com os processos de treinamento e aprendizagem das micro e pequenas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Descrição	Índice* de importância atribuído pelas empresas				
	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
1. Melhor utilização de técnicas produtivas, equipamentos, insumos e componentes	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
2. Maior capacitação para realização de modificações e melhorias em produtos e processos	0,70	0,93	0,54	0,60	0,20
3. Melhor capacitação para desenvolver novos produtos e processos	0,80	0,83	0,42	0,40	0,33
4. Maior conhecimento sobre as características dos mercados de atuação da empresa	0,65	0,80	0,58	0,55	0,33
5. Melhor capacitação administrativa	0,65	0,70	0,60	0,45	0,33
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

A inovação na atividade turística rural do Marajó está relacionada fundamentalmente à criatividade para melhorar ou criar um novo roteiro de viagem, para diversificar os tipos de hospedagem ou criar uma nova atração para o turista. Sendo assim, os custos financeiros despendidos com a criação são, geralmente, baixos ou quase nulos. As agências e as fazendas inovaram apenas nos serviços, já os hotéis, além da inovação nos serviços, realizaram inovações nas práticas de comercialização e novas formas de gerenciamento visando obter certificação.



Fotografia 3 - Passeio de canoa na fazenda São Jerônimo
Fonte: Martins, G., 2005

Os serviços novos das agências estão relacionados aos novos roteiros criados. Já no caso das fazendas, são novas trilhas, passeios envolvendo a utilização de búfalos puxando carroça, canoa, entre outros (Fotografias 3 e 4).

Para os hotéis os novos serviços estão relacionados à introdução de passeios em fazendas, oferta de espaços para realização de convenções e tipo de hospedagem alternativa como *camping* e redário¹¹. Já as novas práticas de comercialização estão relacionadas à integração desses hotéis com agências de Belém. Esta mudança, para os hotéis que ainda não vendem seus serviços através das agências de viagem, pode parecer óbvia no contexto da atividade turística em que há uma necessidade de integração entre os seguimentos, mas para a história recente do turismo no Marajó, esta nova prática tem um significado importante que é a mudança de uma atitude passiva para uma atitude ativa na venda do serviço. O que significa também a busca por melhorias na oferta deste serviço, pois, é de interesse das agências oferecer equipamentos de hospedagem confortáveis a seus clientes. Outra inovação declarada

¹¹ Um dos hotéis entrevistados passou a ofertar nos últimos dois uma área para *camping* e também criou neste espaço uma boa estrutura somente para redes, chamado redário, para atender principalmente mochileiros ou estudantes que não dispõem de barracas para acampar ou que preferem um tipo de hospedagem com preço mais acessível.

por um dos empreendedores do segmento hoteleiro, foi a busca por fontes alternativas de energia, no caso energia solar. Além da economia, este empreendedor também declarou que seu objetivo é obter futuramente certificações, como “selo verde” e, provavelmente usar isto como apelo publicitário.



Fotografia 4 - Trilha suspensa no mangue, fazenda São Jerônimo
Fonte: Martins, G., 2005

Como resultado dessas inovações, a participação dos novos serviços nas vendas dos hotéis que inovaram alcançou entre 26% e 50% e no caso das agências ficou entre 51% e 75%. Já para as fazendas essa participação foi bem menor ficando entre 1 e 5% (Tabela 39). Essa pequena participação nas vendas dos novos serviços introduzidos pelas fazendas pode estar relacionada ao fato do desenvolvimento da atividade ser recente e relativamente pouco conhecida. Assim, para alguns proprietários que introduziram novos serviços, os aumentos nas vendas, ocorridos no período 2002 a 2004, são mais atribuídos à divulgação que à introdução desses novos serviços.

Tabela 38. - Número de empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA que introduziram inovações entre 2000 e 2002

Descrição	Agências	Fazendas	Hotéis	Restaurantes	Transportes
	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
1. Inovações de produto*	2	2	2	0	0
1.1. Produto novo para a sua empresa, mas já existente no mercado?		2	2	0	0
1.2. Produto novo para o mercado nacional?	2	0	0	0	0
1.3. Produto novo para o mercado internacional?	0	0	0	0	0
2. Inovações de processo*	0	0	0	0	0
2.1. Processos tecnológicos novos para a sua empresa, mas já existentes no setor?	0	0	0	0	0
2.2. Processos tecnológicos novos para o setor de atuação?	0	0	0	0	0
3. Outros tipos de inovação*	0	0	0	0	0
3.1. Criação ou melhoria substancial, do ponto de vista tecnológico, do modo de acondicionamento de produtos (embalagem)?	0	0	0	0	0
3.2. Inovações no desenho de produtos?	0	0	0	0	0
4. Realização de mudanças organizacionais (inovações organizacionais)*	0	0	3	0	0
4.1. Implementação de técnicas avançadas de gestão ?	0	0	0	0	0
4.2. Implementação de significativas mudanças na estrutura organizacional?	0	0	0	0	0
4.3. Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de marketing ?	0	0	0	0	0
4.4. Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de comercialização ?	0	0	2	0	0
4.5. Implementação de novos métodos e gerenciamento, visando a atender normas de certificação (ISO 9000, ISO 14000 etc.)?	0	0	1	0	0
Amostra (número de empresas)	4	6	10	6	3

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Como foi mencionada, a divulgação é um fator competitivo considerado muito importante pelos segmentos do turismo rural, com exceção das empresas de transportes.

Chega a ser considerada mais importante que a introdução de inovações (em serviços ou processos). Esse resultado está relacionado com o fato de ainda ser recente essa segunda fase do turismo rural no Marajó. Assim, para os empreendimentos localizados nos municípios de Soure e Salvaterra, a publicidade neste momento em que existe uma conjuntura favorável ao turismo pode trazer mais retornos que a introdução de novos serviços ou processos. Entretanto, para que esses estabelecimentos se mantenham no mercado é necessária a busca constante por novidades. E para isso, todo um caminho deve ser percorrido, passando pela criação de capacitações, o que implica em investimentos no quadro de pessoal desses empreendimentos.

Os impactos dos novos serviços para as agências resultaram, principalmente, em permitir a abertura de novos mercados para as empresas, e com grau de importância menor permitiu a ampliação da gama de produtos ofertados. Também permitiu que a empresa mantivesse a sua participação nos mercados onde atuam (Tabela 40). Para os hotéis os principais impactos gerados pela introdução de novos serviços foram: a ampliação da gama de produtos ofertados e a manutenção da participação da empresa no mercado em que atua. Outros resultados também significativos, para os hotéis, foram o aumento na participação do mercado interno e externo e a abertura de novos mercados. Dois resultados pouco expressivos, para os hotéis, mas significativos por irem ao encontro das propostas atuais de um turismo menos predatório, são a redução do consumo de energia (termoelétrica, no caso de Soure e Salvaterra) e redução do impacto sobre o meio ambiente, obtidos pela busca de fontes alternativas de energia como a solar.

Para as fazendas, os impactos pela introdução de inovações são mais expressivos que para os outros dois segmentos que também introduziram inovações. A ampliação da gama de produtos ofertados foi o principal impacto resultante da introdução de novos serviços. Com

nível de importância menor, o aumento na participação do mercado interno e externo e abertura de novos mercados foram outros resultados, gerados pela introdução de inovações.

Tabela 39 - participação de produtos novos ou significativamente aperfeiçoados no total das vendas de 2004 das micro e pequenas empresas do arranjo produtivo de turismo rural na ilha do Marajó/PA

Descrição	Percentual do segmento segundo classes de participação nas vendas							
	0%	1 a 5%	6 a 15%	16 a 25%	26 a 50%	51 a 75%	76 a 100%	Total
Agências								
Vendas no mercado interno de novos produtos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Vendas no mercado interno de produtos significativamente aperfeiçoados	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Exportações de novos produtos	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Exportações de produtos significativamente aperfeiçoados	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Amostra (número de empresas)	1							
Fazendas								
Vendas no mercado interno de novos produtos	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Vendas no mercado interno de produtos significativamente aperfeiçoados	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Exportações de novos produtos	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Exportações de produtos significativamente aperfeiçoados	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Amostra (número de empresas)	2							
Hotéis								
Vendas no mercado interno de novos produtos	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	100,0%
Vendas no mercado interno de produtos significativamente aperfeiçoados	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Exportações de novos produtos	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Exportações de produtos significativamente aperfeiçoados	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
Amostra (número de empresas)	3							

Fonte: Pesquisa de campo (2004).

Para as fazendas, a redução do impacto sobre o meio ambiente foi o segundo resultado mais importante da introdução de novos serviços. Apesar de estar ainda muito no âmbito das fazendas, esta é uma consequência positiva da atividade do turismo rural no Marajó. Como parte do “pacote” de atrações oferecidas e agregando valor aos serviços, o ambiente rural e tudo o que está presente nele como a fauna e flora preservadas, se constitui em um importante atrativo e sua manutenção torna-se imprescindível para a continuidade da atividade.

Tabela 40 - Impactos gerados pela introdução de inovações nos micro e pequenos empreendimentos do arranjo produtivo de turismo rural na ilha de Marajó/PA

Descrição	Grau de importância atribuído pelos segmentos		
	Agências	Fazendas	Hotéis
	Índice*	Índice*	Índice*
1. Aumento da produtividade da empresa	0,00	0,00	0,00
2. Ampliação da gama de produtos ofertados	0,60	1,00	0,77
3. Aumento da qualidade dos produtos	0,00	0,00	0,20
4. Permitiu que a empresa mantivesse a sua participação nos mercados de atuação	0,60	0,00	0,77
5. Aumento da participação no mercado interno da empresa	0,30	0,50	0,67
6. Aumento da participação no mercado externo da empresa	0,00	0,50	0,67
7. Permitiu que a empresa abrisse novos mercados	1,00	0,50	0,67
8. Permitiu a redução de custos do trabalho	0,60	0,00	0,20
9. Permitiu a redução de custos de insumos	1,00	0,00	0,00
10. Permitiu a redução do consumo de energia	0,00	0,00	0,20
11. Permitiu o enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao Mercado Interno	0,00	0,00	0,00
12. Permitiu o enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao mercado externo	0,00	0,00	0,00
13. Permitiu reduzir o impacto sobre o meio ambiente	0,00	0,80	0,20
Amostra (número de empresas)	4	6	10

*Índice = $(0 \cdot N^{\circ} \text{ Nulas} + 0,3 \cdot N^{\circ} \text{ Baixas} + 0,6 \cdot N^{\circ} \text{ Médias} + N^{\circ} \text{ Altas}) / (\text{número total de empresas})$

Fonte: Pesquisa de campo (2004)

Os processos de aprendizado interativo entre os agentes do arranjo, através de vínculos informais, seja pela troca de informações, ou por meio de ações cooperativas não são muito frequentes, mas quando realizadas resultam em significativas melhorias para os empreendimentos, entre as quais a adoção de inovações. Esse resultado indica que a organização em arranjo pode proporcionar a sustentação e o desenvolvimento deste. Entretanto, como os empreendimentos interagem muito pouco entre eles e com as outras instituições do arranjo, esse efeito é reduzido se limitando. Somente alguns empreendimentos conseguem desenvolver algum processo de aprendizagem interativa e conseqüentemente conseguem inovar.

Quando se faz uma recapitulação de como se dá o processo de aprendizado no arranjo de turismo rural do Marajó, consegue-se perceber os entraves ou limitações que impedem melhorias no desempenho do arranjo. A principal está relacionada à insuficiência de organização e cooperação. Essas deficiências dificultam as possibilidades de agir para superar as carências relacionadas a infra-estruturas básica e turística e; à educação ambiental. Além disso, as atividades cooperativas poderiam ser muito úteis na melhoria de uma carência apontada pelos entrevistados em vários momentos da pesquisa: mão-de-obra qualificada. Essas limitações impedem um dinamismo maior entre os agentes produtivos e destes com os outros agentes do arranjo, e conseqüentemente comprometem o aprendizado que poderia advir das relações entre esses diversos agentes. Esse processo de aprendizado limitado resulta, como já foi citado, em um reduzido número de inovações. Deste modo, o desenvolvimento do turismo rural em Soure e Salvaterra depende fortemente da redução ou superação das deficiências relacionadas à organização e à cooperação entre os agentes do arranjo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora a visitação turística às fazendas da ilha do Marajó seja antiga, sua exploração comercial é recente, tendo iniciado nos anos 80 atendendo basicamente uma demanda espontânea. A partir do Plano de Diversificação da Oferta Turística de 2000, as fazendas de Soure e Salvaterra, no Marajó, que ofertam turismo rural passaram a ofertar seus serviços turísticos de forma sistemática junto às agências de Belém. A organização da atividade tem tido apoio principalmente da Paratur e do Sebrae. Essa oferta sistemática requer ações integradas entre os segmentos que compõem a cadeia do turismo.

Passados quatro anos, verifica-se uma forte complementaridade entre as agências de turismo, empresas regionais de transportes, hotéis e fazendas. As formas de cooperação, em geral são baixas, sendo mais significativas para fazendas e agências. Essas formas de cooperação ocorrem predominantemente através de vínculos verticais e com intensidade mais baixa, através de vínculos horizontais. As ações cooperativas objetivaram principalmente realização de atividades comerciais e promocionais como venda conjunta, divulgação e participação em feiras. Com exceção das agências, as outras empresas não realizam parceria para capacitar recursos humanos ou para desenvolver produtos e processos. As ações cooperativas melhoraram o desempenho das agências e fazendas, resultando em novos serviços oferecidos, qualidade dos serviços e maior divulgação do nome da empresa. Nestes termos, as agências e as fazendas têm ganhos significativos de aprendizagem com as ações de cooperação, mas para os outros segmentos do arranjo o processo de aprendizagem resultante de atividades cooperativas é baixo.

As fontes de informação importantes são as externas tendo os clientes como a principal fonte de informações utilizadas pelos empreendimentos. Essas fontes de informação estão

fundamentalmente localizadas no arranjo, com exceção das fazendas e hotéis, cuja maioria dos clientes estão localizados em outros estados e no exterior.

As empresas consideraram a qualificação da mão-de-obra, como um dos principais fatores determinantes para a competitividade. Entretanto, o nível de escolaridade desta é, em geral, baixo refletindo pouco investimento em qualificação. Quando as empresas avaliam a sua mão-de-obra, o que mais valorizam é a disciplina. O conhecimento tácito, a criatividade e capacidade de aprender novas qualificações também são considerados importantes, mas o conhecimento formal, principalmente no caso das fazendas não foi considerado muito importante.

O turismo rural, como qualquer nova atividade, quando passa a ser explorado pelos proprietários das fazendas, necessita principalmente de investimentos em capacitação. O que não deve ser fácil de assimilar em um contexto como o que está inserida a pecuária no Marajó, atividade que não requer muitos investimentos, de uma forma geral, incluindo a qualificação da mão-de-obra envolvida nessa atividade.

Parte da capacitação necessária para a melhoria da performance das empresas do arranjo é obtida através dos fluxos de informações informais resultantes das interações entre os vários agentes, bem como através das atividades cooperativas realizadas pelas empresas. As empresas que interagem reconhecem que este processo possibilita a melhoria de suas capacitações e competências. Tal constatação indica que a organização em arranjo possibilita o desenvolvimento das mesmas. Contudo, como foi constatado neste trabalho as empresas ainda interagem pouco entre elas e com outros agentes, tanto na troca de informações quanto na realização de parcerias, o que reduz a capacidade inovativa do arranjo. Quando adotadas,

as inovações tiveram impactos expressivos para as empresas tais como: a ampliação da gama de produtos ofertados e a redução do impacto sobre o meio ambiente.

A coordenação decorrente das interações entre as empresas ao longo da cadeia não tem uma estrutura definida, não havendo liderança ou relação hierárquica entre as empresas. Por outro lado, o setor público tem promovido ações através de políticas de fomento ao desenvolvimento da atividade. Essas ações têm sido direcionadas, principalmente, para criação e melhoria da infra-estrutura de capacitação e formação da mão-de-obra do arranjo. Nestes termos, a coordenação do arranjo é exercida de um lado, pelo Governo (através da Paratur), e de outro pelas relações de mercado.

As políticas governamentais e as ações do Sebrae junto a este arranjo tais como feiras e programas relacionados à formação e capacitação, têm contribuído para desenvolvimento do turismo rural no Marajó. Entretanto, não têm atingido a maioria das empresas do arranjo. Constata-se também a não-participação do poder público municipal no incentivo ao arranjo produtivo. Verifica-se a necessidade de uma maior interação e cooperação entre as empresas do APL e entre estas e o setor público, para dinamizar o turismo rural como nova e promissora alternativa de desenvolvimento sustentável para a ilha do Marajó.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **O futuro das regiões rurais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

ARRIMA, Eugenio; UHL, Christopher. **Pecuária na Amazônia oriental: desempenho atual e perspectivas futuras**. Belém: Imazon, 1996.

BARRERA, Ernesto. Situação do turismo rural na Argentina. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

BRITO, Jorge. **Cooperação e aprendizado em arranjos produtivos locais: em busca de um Referencial Analítico**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 10.08.2004.

BUTLER, Richard; JONES, Peter. Conclusões: problemas, desafios e soluções. In: LOCKWOOD, A.; MEDLIK, S. **Turismo e hospitalidade no século XXI**. Barueri, SP: Manole, 2003.

CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. **Panorama do turismo no espaço rural brasileiro: nova oportunidade para o pequeno agricultor**. Campinas, 1999. Disponível em: <http://www.eco.unicamp.br/nea/rurbano/textos/downlo/cad_estudos.html>. Acesso em: 28.10.2003.

CAMPOS, Renato. **Ampliando espaços de aprendizagem: um foco para políticas de estímulos aos arranjos produtivos locais**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 10.08.2004.

CASTRO, S. D. **O arranjo produtivo de confecções da região de Jaraguá-GO**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 04.09.2004.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. **O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro: 2003a. Disponível em <www.ie.ufrj.br/rdesiste>. Acesso em: 10.05.2004.

_____. Novas políticas na era do conhecimento: o foco em arranjos produtivos locais. **Revista Parcerias Estratégicas**, Rio de Janeiro, fev. 2003b. Disponível em <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 22.03.2003.

_____. **Políticas para promoção de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas: conceito vantagens restrições de equívocos usuais**. Rio de Janeiro, 2003c. Disponível em <www.ie.ufrj.br/rdesiste>. Acesso em 29.10.2003.

CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M. **Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 10.05.2004.

CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M.; LASTRES, H. M. M. **Caracterização e taxonomias de arranjos e sistemas produtivos locais de micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 24.05.2005.

CAVACO, Carminda. O mundo rural português: desafios e futuros? In: RODRIGUES, A. B. **Turismo rural: prática e perspectivas**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

COMPANHIA PARAENSE DE TURISMO. **Levantamento da oferta turística do município de Soure**. Belém: Secretaria Especial de Produção, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

DINIZ, C. Nota Técnica n. 9. **Global-local: interdependência e desigualdade** ou notas para uma política tecnológica e industrial regionalizada no Brasil. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>>. Acesso em: 17.09.2003.

DOSI, G. Una reconsideración de las conducciones y los modelos de desarrollo. Una perspectiva evolucionista de la innovación, el comercio y el crecimiento. **Pensamento Iberoamericano**, n. 20, 1991.

DOSI, G.; NELSON, R. An introduction to evolutionary theories in economics. **Journal of Evolutionary Economics**, v. 4, 1994.

FROEHLICH, J. M; RODRIGUES, I. Atividade turística e espaço agrário: considerações exploratórias sobre o município de Restinga Seca (RS). In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

GRAZIANO DA SILVA, José; VILARINHO, Carlyle; DALE, Paul J. Turismo rural em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa pecuária municipal**. Rio de Janeiro, 1993-2003. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: mar. 2005.

_____. **Censo demográfico 2000** - características da população e dos domicílios: Resultados do universo. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/default.shtm>>. Acesso em: mar. 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Evolução do Turismo no Brasil de 1992 a 2002**. Brasília. Disponível em: <www.embratur.gov.br>. Acesso em: 16.10.2003.

_____. Anuário Estatístico da Embratur - 2004. Brasília: Ministério do Turismo/ Instituto Brasileiro de Turismo/ Diretoria de Estudos e Pesquisas, 2004. v. 31 180 p. dados de 2003. Disponível em: <www.embratur.gov.br>. Acesso em: 06.02.2005.

_____. Notícias. 2004: bons resultados do turismo brasileiro. Brasília: Ministério do Turismo/ Instituto Brasileiro de Turismo, Jan. 2005. Disponível em: <www.embratur.gov.br>. Acesso em: 23.02.2005.

INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO-SOCIAL DO PARÁ. **Município de Salvaterra**: aspectos históricos e culturais. Belém, 1998a. 1 disquete.

_____. **Município de Soure**: aspectos históricos e culturais. Belém, 1998b. 1 disquete.

_____. **Estudos integrados da ilha de Marajó**. Belém, 1974.

JOAQUIM, Graça. Turismo e mundo rural: que sustentabilidade? In: RODRIGUES, A. B. **Turismo rural**: prática e perspectivas. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

KUPFER, D.; FERRAZ, J. C.; DE PAULA, G. M. Política industrial. In: KUPFER, David; HANSECLEVER, Lia (org.). **Economia industrial**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO J. E. (coord.). **Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/redesist>. Acesso em: 10.06.005.

LAURENT, C.; MAMDY, Jean-François. O turismo rural na França. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

LEMO, Cristina. Inovação para arranjos e sistemas produtivos de MPE. In: LASTRES, Helena et al. (coord.). **Interagir para competir**: promoção de arranjos produtivos e inovativos no Brasil. Brasília: SEBRAE: FINEP:CNPq, 2002.

LOHMANN, Martin. Complexos turísticos de praia e mudanças climáticas. In: LOCKWOOD, A.; MEDLIK, S. **Turismo e hospitalidade no século XXI**. Barueri, SP: Manole, 2003.

LUDOVINO, Rui M. R.; TOURRAND, Jean-François; VEIGA, Jonas B. da. **Tipologia dos sistemas de produção de agricultura familiar na microrregião do Arari da ilha do Marajó-PA**. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 2000.

LUNDVALL, Bengt-Ake. **The Social Dimension of The Learning Economy**. DRUID Working Paper, Copenhagen, n. 96-1. 1996. Disponível em: <<http://www.druid.dk>>. Acesso em: 06.06.2004.

LUNDVALL, Bengt-Ake; NIELSEN, Peter. **Innovation, learning organizations and industrial relations**. DRUID Working Paper, Copenhagen, n. 7. 2003. Disponível em: <<http://www.druid.dk>>. Acesso em: 06.06.2004.

MAMBERTI, Marina M. S.; BRAGA, Roberto. **Arranjos produtivos turísticos e desenvolvimento local**. UNESP: Rio Claro, 2004. Disponível em: <<http://www.rc.unesp.br/igce/planejamento/publicacoes/TextosPDF/mamberti01.pdf>>. Acesso em: 06.04.2005.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Programa de Expansão da Educação Profissional**. Brasília, [2004a] Disponível em: <<http://www.mec.gov.br/Semtec/Proep/paer/estmerc/resul.shtm>>. Acesso em: 13.09.2004.

_____. **Censo educacional 2003**. Brasília, [2004b]. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>>. Acesso em: 13.04.2004.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Relação de Informações Sociais 2002**. Brasília, [2003]. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/>>. Acesso em: jan. 2004.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil**. Brasília, 2003. Disponível em: <<http://www.pronaf.gov.br>> .Acesso em: 21.06.2004.

MÜLLER, H. Turismo e hospitalidade no século XXI. In: LOCKWOOD, A.; MEDLIK, S. **Turismo e hospitalidade no século XXI**. Barueri, SP: Manole, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Comunicados de Prensa**, Madri, jan. 2005. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org/espanol/newsroom/Releases/2005/enero/2004.htm>>. Acesso em 22.02.2005.

_____. **Sistema de estadísticas de turismo**. Madri, [2004]. Disponível em: <http://www.world-tourism.org/statistics/tsa_project/basic_references/index-sp.htm>. Acesso em: out. 2004.

PAIVA, Maria das Graças de M. V. **Sociologia do turismo**. Campinas: Papius, 1995.

_____. Levantamento da oferta turística do município de Salvaterra. Belém: Secretaria Especial de Produção, 2001.

PEREIRA, M. N. **A ilha do Marajó**. Rio de Janeiro: Ministério da Agricultura/Serviço de Informação Agrícola, 1956.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**, 2003. Disponível em <<http://www.pnud.org.br>>. Acesso em 20.04.2004.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DE GOVERNO E GESTÃO ESTRATÉGICA. **Em Questão**, n. 217, Brasília, 02 ago. 2004. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/noticias/em_questao/questao/EQ217>. Acesso em: set. 2004.

PRESVELOU, Clio. Ações inovadoras em turismo rural. In: ALMEIDA, J. A., FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

RIBEIRO, Manuela. Turismo rural em Portugal: dos seus protagonistas principais e da sua configuração. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

_____. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: _____. **Turismo rural: prática e perspectivas**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

RODRIGUES, Marly. Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo. In: FUNARI, Pedro P.; PINSKY, Jaime (org.). **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

RUSCHMANN, Doris van de M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 1999. (Coleção Turismo) [1997].

_____. O turismo rural e o desenvolvimento sustentável. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

SANTOS, F.; CROCCO, M.; LEMOS, M. B. Arranjos e sistemas produtivos locais em “espaços industriais” periféricos: estudos comparativos de dois casos brasileiros. **Revista de Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, IE/UFRJ, 2002.

SCHNEIDER, Sergio. As atividades rurais não-agrícolas e as transformações do espaço rural: perspectivas recentes. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, Bogotá, Colômbia: v. 1, n. 4, p.11-40, 2000. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/pgdr/textosabertos/sergio/06atividadesrurais.pdf>>. Acesso em: 28.10.2003.

SCHULTE, Silke. **Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo**. Santiago de Chile: Serie Manuales, ILPES/CEPAL, 2003. Disponível em:

<<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/uneclac/unpan014568.pdf>>. Acesso em: 26.08.2004.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Histórias de sucesso:** experiências empreendedoras. Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 06.06.2004.

SECRETARIA DE TURISMO DO ESTADO DE RONDÔNIA. **Roteiros turísticos de Rondônia.** Disponível em: <<http://www.setur.ro.gov.br/roteiro>>. Acesso em: 02.04.2005.

SIRGADO, J. R. Espaço turístico e desenvolvimento no Cone Leste Paulista. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo rural:** prática e perspectivas. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SUZIGAN, Wilson; GARCIA, Renato; FURTADO, João. **Governança de sistemas de MPME em clusters industriais.** Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 10.08.2004.

TALAVERA, Agustín Santana. Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. In: RIEDL, Mário; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. **Turismo rural:** tendências e sustentabilidade. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002.

TEIXEIRA, José F. **O arquipélago de Marajó.** Rio de Janeiro: IBGE, 1953.

TORRES, R.; ALMEIDA, S.; TATSCH, A. **Cooperação e aprendizado em arranjos produtivos locais:** aspectos conceituais e indicadores da RedSist. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 30.04.2005.

TRIBE, John. **Economia do lazer e do turismo.** São Paulo: Manole, 2003.

TULIK, Olga. **Turismo rural.** São Paulo: Aleph 2003.

URRY, John. **O olhar do turista:** lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel; SESC, 1996.

VARGAS, M. A. **Aspectos conceituais e metodológicos na análise de arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais.** Nota Técnica 1 do Programa de Pesquisa Micro e Pequenas Empresas em Arranjos Produtivos Locais no Brasil. Florianópolis: UFSC, 2002a.

_____. **Proximidade territorial, aprendizado e inovação:** um estudo sobre a dimensão local os processos de capacitação inovativa em arranjos e sistemas produtivos no Brasil. Tese (Doutorado) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002b.

_____. **Indicadores de aprendizado e capacitação produtiva e inovativa em arranjos produtivos locais**. NT 09. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/rdesiste>>. Acesso em: 05.05.2005.

XIMENES, Tereza. Uma oportunidade de análise do desenvolvimento sustentável – a pecuária no Marajó. In: _____ (org). **Perspectiva de desenvolvimento sustentável: uma contribuição para a Amazônia** 21. Belém: NAEA/UFPA, 1997. 657p.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional, teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

WYSS, Federico. Informe introductorio de base. In: SEMINARIO SOBRE TURISMO RURAL Y SU CONTRIBUCIÓN A LA CREACIÓN DE EMPLEO YA A LA CONSERVACION DEL PATRIMONIO, 2003. **Anais...** Assunção, Paraguai, 2003. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org/regional/americas/Semi-Paraguay/Programas-esp.htm>>. Acesso em: 13.04.2005.

ZIMMERMANN, Adonis. Planejamento e organização do turismo rural no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. R. (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.

ANEXO

Questionário de Pesquisa de Campo

PROGRAMA DE PESQUISA MPEs EM ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS NO BRASIL
SEBRAE-NA/UFSC/NEITEC

REDESIST - QUESTIONÁRIO PARA OBTENÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS

- Bloco A: Para coleta de informações em instituições locais e de fontes estatísticas oficiais sobre a estrutura do arranjo produtivo local
- Bloco B: Para coleta de informações nas empresas do arranjo produtivo local

BLOCO A - IDENTIFICAÇÃO DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL

Este primeiro bloco de questões busca uniformizar as informações gerais sobre a configuração dos arranjos a serem estudados a partir do uso de estatísticas oficiais. Tais informações são obtidas a partir de fontes secundárias tais como a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego, Base de informações Base de Informações Municipais (BIM), Censo, entre outras. A RAIS é fonte obrigatória para todos os estudos, de forma a permitir sua comparabilidade. As informações desta fonte referem-se ao número de empresas, seu tamanho e pessoal ocupado, obedecendo à classificação CNAE do IBGE. Neste bloco deve-se identificar também a amostra de empresas pesquisadas, estratificada por tamanho. As demais fontes de informação devem ser definidas pelos pesquisadores de acordo com as características específicas de cada arranjo, observadas previamente, e devem possibilitar a identificação da estrutura educacional, de coordenação, tecnológica e de financiamento¹².

Arranjo Nº _____

1. Municípios de abrangência do arranjo:

Municípios abrangidos	População residente	Pessoal ocupado nas atividades pesquisadas*	Pessoal total ocupado nos municípios**

Notas: * Somatório do pessoal ocupado (empregado) nas classes de atividade econômica (classe CNAE – 5 dígitos) inseridas no arranjo produtivo, com base nos dados da RAIS¹³ – MTE.

** Emprego total nos municípios que compõem o arranjo, com base nos dados da RAIS – MTE.

2. Estrutura produtiva do arranjo:

Classificação CNAE (Classe de atividade econômica – 4 dígitos)	Número total de empresas conforme tamanho ¹⁴				
	Micro	Pequena	Média	Grande	Total

¹² Identificar as fontes de informações usadas para o preenchimento de cada tabela.

¹³ A base de dados RAIS e RAIS - ESTABELECIMENTOS do Ministério do Trabalho e Emprego deve ser usada pelos pesquisadores, para o levantamento dos dados referentes ao emprego formal e ao número e tamanho de estabelecimentos.

¹⁴ Pessoas ocupadas: a) Micro: até 19; b) Pequena: 20 a 99; c) Média: 100 a 499; d) Grande: 500 ou mais pessoas ocupadas.

3. Estratificação da amostra:

Classificação CNAE (Classe de atividade econômica – 4 dígitos)	Número de empresas selecionadas conforme tamanho				
	Micro	Pequena	Média	Grande	Total

4. Infra-estrutura educacional local/regional:

Cursos oferecidos	Número de cursos	Número de alunos admitidos por ano
Escolas técnicas de 2º grau		
Cursos superiores		
Outros cursos profissionais regulares		
Cursos profissionais temporários		

5. Infra-estrutura Institucional local: associações, sindicatos de empresas/trabalhadores, cooperativas e outras instituições públicas locais.

Nome/Tipo de instituição	Criação	Número de filiados	Funções

6. Infra-estrutura científico-tecnológica:

Tipo de instituição	Nº. de instituições	Nº. de pessoas ocupadas
Universidades		
Institutos de pesquisa		
Centros de capacitação profissional e de assistência técnica		
Instituições de testes, ensaios e certificações.		

7. Infra-estrutura de financiamento:

Tipo de instituição	Número de instituições	Volume de empréstimos concedidos em 2002
Instituição comunitária		
Instituição municipal		
Instituição estadual/Agência local		
Instituição federal/ Agência local		
Outras. Citar		

8. Financiamento por tamanho de empresa seguindo o tipo de instituição no ano 2002:

Tipo de Instituição	Percentual de empréstimo por tamanho de empresa			
	Micro	Pequena	Média	Grande
Instituição comunitária				
Instituição municipal				
Instituição estadual/Agência local				
Instituição federal/ Agência local				
Outras. Citar				

BLOCO B - AS EMPRESAS NO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL

Código de identificação: Número do arranjo _____ Número do questionário _____

I - IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

13 Razão Social: _____

13 Endereço: _____

13 Município de localização: _____ (código IBGE) _____

13 Tamanho.

<input type="checkbox"/> 1.	Micro
<input type="checkbox"/> 2.	Pequena
<input type="checkbox"/> 3.	Média
<input type="checkbox"/> 4.	Grande

13 Segmento de atividade principal (classificação CNAE): _____

13 Pessoal ocupado atual: _____

13 Ano de fundação: _____

13 Origem do capital controlador da empresa:

<input type="checkbox"/> 1.	Nacional
<input type="checkbox"/> 2.	Estrangeiro
<input type="checkbox"/> 3.	Nacional e Estrangeiro

13 No caso do capital controlador estrangeiro, qual a sua localização:

<input type="checkbox"/> 1.	Mercosul
<input type="checkbox"/> 2.	Estados Unidos da América
<input type="checkbox"/> 3.	Outros Países da América
<input type="checkbox"/> 4.	Ásia
<input type="checkbox"/> 5.	Europa
<input type="checkbox"/> 6.	Oceania ou África

13 Sua empresa é:

<input type="checkbox"/> 1.	Independente
<input type="checkbox"/> 2.	Parte de um Grupo

13 Qual a sua relação com o grupo:

<input type="checkbox"/> 1.	Controladora
<input type="checkbox"/> 2.	Controlada
<input type="checkbox"/> 3.	Coligada

EXPERIÊNCIA INICIAL DA EMPRESA (As questões a seguir são específicas para a pesquisa sobre Micro e Pequenas Empresas em Arranjos Produtivos Locais).

12. Número de sSócios fundadores: _____

13 Perfil do principal sócio fundador:

Perfil	Dados	
Idade quando criou a empresa		
Sexo	<input type="checkbox"/> 1. Masculino	<input type="checkbox"/> 2. Feminino
Escolaridade quando criou a empresa (assinale o correspondente à classificação abaixo)	1. <input type="checkbox"/> 2. <input type="checkbox"/> 3. <input type="checkbox"/> 4. <input type="checkbox"/> 5. <input type="checkbox"/> 6. <input type="checkbox"/> 7. <input type="checkbox"/> 8. <input type="checkbox"/>	
Seus pais eram empresários	<input type="checkbox"/> 1. Sim	<input type="checkbox"/> 2. Não

1. Analfabeto; 2. Ensino fundamental incompleto; 3. Ensino fundamental completo; 4. Ensino médio incompleto; 5. Ensino médio completo; 6. Superior incompleto; 7. Superior completo; 8. Pós graduação.

14. Identifique a principal atividade que o sócio fundador exercia antes de criar a empresa:

	Atividades
<input type="checkbox"/> 1.	Estudante universitário
<input type="checkbox"/> 2.	Estudante de escola técnica
<input type="checkbox"/> 3.	Empregado de micro ou pequena empresa local
<input type="checkbox"/> 4.	Empregado de média ou grande empresa local
<input type="checkbox"/> 5.	Empregado de empresa de fora do arranjo
<input type="checkbox"/> 6.	Funcionário de instituição pública
<input type="checkbox"/> 7.	Empresário
<input type="checkbox"/> 8.	Outra atividade. Citar

15. Estrutura do capital da empresa:

Estrutura do capital da empresa	Participação percentual (%) no 1º ano	Participação percentual (%) em 2002
Dos sócios		
Empréstimos de parentes e amigos		
Empréstimos de instituições financeiras gerais		
Empréstimos de instituições de apoio às MPE		
Adiantamento de materiais por fornecedores		
Adiantamento de recursos por clientes		
Outras. Citar:		
Total	100%	100%

16. Evolução do número de empregados:

Período de tempo	Número de empregados
Ao final do primeiro ano de criação da empresa	
Ao final do ano de 2002	

2. Escolaridade do pessoal ocupado (situação atual):

Ensino	Número do pessoal ocupado
Analfabeto	
Ensino fundamental incompleto	
Ensino fundamental completo	
Ensino médio incompleto	
Ensino médio completo	
Superior incompleto	
Superior completo	
Pós-graduação	
Total	

3. Quais fatores são determinantes para manter a capacidade competitiva na principal linha de produto? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Fatores	Grau de importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Qualidade da matéria-prima e outros insumos	(0)	(1)	(2)	(3)
Qualidade da mão-de-obra	(0)	(1)	(2)	(3)
Custo da mão-de-obra	(0)	(1)	(2)	(3)
Nível tecnológico dos equipamentos	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidade de introdução de novos produtos/processos	(0)	(1)	(2)	(3)
Desenho e estilo nos produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Estratégias de comercialização	(0)	(1)	(2)	(3)
Qualidade do produto	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidade de atendimento (volume e prazo)	(0)	(1)	(2)	(3)
Outra. Citar:	(0)	(1)	(2)	(3)

III – INOVAÇÃO, COOPERAÇÃO E APRENDIZADO

BOX 1

Um novo produto (bem ou serviço industrial) é um produto que é novo para a sua empresa ou para o mercado e cujas características tecnológicas ou uso previsto diferem significativamente de todos os produtos que sua empresa já produziu.

Uma significativa melhoria tecnológica de produto (bem ou serviço industrial) refere-se a um produto previamente existente cuja performance foi substancialmente aumentada. Um produto complexo que consiste de um número de componentes ou subsistemas integrados pode ser aperfeiçoado via mudanças parciais de um dos componentes ou subsistemas. Mudanças que são puramente estéticas ou de estilo não devem ser consideradas.

Novos processos de produção são processos que são novos para a sua empresa ou para o setor. Eles envolvem a introdução de novos métodos, procedimentos, sistemas, máquinas ou equipamentos que diferem substancialmente daqueles previamente utilizados por sua firma.

Significativas melhorias dos processos de produção envolvem importantes mudanças tecnológicas parciais em processos previamente adotados. Pequenas ou rotineiras mudanças nos processos existentes não devem ser consideradas.

1. Qual a ação da sua empresa no período entre 2000 e 2002, quanto à introdução de inovações? Informe as principais características conforme listado abaixo (observe no Box 1 os conceitos de produtos/processos novos ou produtos/processos significativamente melhorados de forma a auxiliá-lo na identificação do tipo de inovação introduzida).

Descrição	1. Sim	2. Não
Inovações de produto		
Produto novo para a sua empresa, mas já existente no mercado?	(1)	(2)
Produto novo para o mercado nacional?	(1)	(2)
Produto novo para o mercado internacional?	(1)	(2)
Inovações de processo		
Processos tecnológicos novos para a sua empresa, mas já existentes no setor?	(1)	(2)
Processos tecnológicos novos para o setor de atuação?	(1)	(2)
Outros tipos de inovação		
Criação ou melhoria substancial, do ponto de vista tecnológico, do modo de acondicionamento de produtos (embalagem)?	(1)	(2)
Inovações no desenho de produtos?	(1)	(2)
Realização de mudanças organizacionais (inovações organizacionais)		
Implementação de técnicas avançadas de gestão?	(1)	(2)
Implementação de significativas mudanças na estrutura organizacional?	(1)	(2)
Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de marketing?	(1)	(2)
Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de comercialização?	(1)	(2)
Implementação de novos métodos e gerenciamento, visando a atender normas de certificação (ISO 9000, ISO 14000 etc.)?	(1)	(2)

2. Se sua empresa **introduziu algum produto novo ou significativamente melhorado durante os últimos anos, 2000 a 2002**, favor assinalar a participação destes produtos nas vendas em 2002, de acordo com os seguintes intervalos: (1) equivale de 1% a 5%; (2) de 6% a 15%; (3) de 16% a 25%; (4) de 26% a 50%; (5) de 51% a 75%; (6) de 76% a 100%.

Descrição	Intervalos						
	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Vendas internas em 2002 de novos produtos (bens ou serviços) introduzidos entre 2000 e 2002	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Vendas internas em 2002 de significativos aperfeiçoamentos de produtos (bens ou serviços) introduzidos entre 2000 e 2002	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Exportações em 2002 de novos produtos (bens ou serviços) introduzidos entre 2000 e 2002	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Exportações em 2002 de significativos aperfeiçoamentos de produtos (bens ou serviços) introduzidos entre 2000 e 2002	(0)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

3. Avalie a importância do **impacto resultante da introdução de inovações** introduzidas durante os últimos três anos, **2000 a 2002**, na sua empresa. Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Descrição	Grau de importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento da produtividade da empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Ampliação da gama de produtos ofertados	(0)	(1)	(2)	(3)

Aumento da qualidade dos produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu que a empresa mantivesse a sua participação nos mercados de atuação	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento da participação no mercado interno da empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento da participação no mercado externo da empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu que a empresa abrisse novos mercados	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu a redução de custos do trabalho	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu a redução de custos de insumos	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu a redução do consumo de energia	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu o enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao:				
- Mercado Interno	(0)	(1)	(2)	(3)
- Mercado Externo	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu reduzir o impacto sobre o meio ambiente	(0)	(1)	(2)	(3)

4. Que tipo de atividade inovativa sua empresa desenvolveu no ano de 2002? Indique o grau de constância dedicado à atividade assinalando (0) se não desenvolveu, (1) se desenvolveu rotineiramente, e (2) se desenvolveu ocasionalmente. (observe no Box 2 a descrição do tipo de atividade)

Descrição	Grau de constância		
	(0)	(1)	(2)
Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) na sua empresa	(0)	(1)	(2)
Aquisição externa de P&D	(0)	(1)	(2)
Aquisição de máquinas e equipamentos que implicaram em significativas melhorias tecnológicas de produtos/processos ou que estão associados aos novos produtos/processos	(0)	(1)	(2)
Aquisição de outras tecnologias (softwares, licenças ou acordos de transferência de tecnologias tais como patentes, marcas, segredos industriais)	(0)	(1)	(2)
Projeto industrial ou desenho industrial associados à produtos/processos tecnologicamente novos ou significativamente melhorados	(0)	(1)	(2)
Programa de treinamento orientado à introdução de produtos/processos tecnologicamente novos ou significativamente melhorados	(0)	(1)	(2)
Programas de gestão da qualidade ou de modernização organizacional, tais como: qualidade total, reengenharia de processos administrativos, desverticalização do processo produtivo, métodos de <i>just in time</i> etc.	(0)	(1)	(2)
Novas formas de comercialização e distribuição para o mercado de produtos novos ou significativamente melhorados	(0)	(1)	(2)

4.1 Informe os gastos despendidos para desenvolver as atividades de inovação:

Gastos com atividades inovativas sobre faturamento em 2002.....(%)

Gastos com P&D sobre faturamento em 2002..... (%)

Fontes de financiamento para as atividades inovativas (em %)

Próprias (%)

De terceiros (%)

Privados (%)

Público (Finep, BNDES, Sebrae, BB etc.) (%)

BOX 2

Atividades inovativas são todas as etapas necessárias para o desenvolvimento de produtos ou processos novos ou melhorados, podendo incluir: **pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e processos; desenho e engenharia; aquisição de tecnologia incorporadas ao capital** (máquinas e equipamentos) **e não incorporadas ao capital** (patentes, licenças, know how, marcas de fábrica, serviços computacionais ou técnico-científicos) relacionadas à implementação de inovações; **modernização organizacional** (orientadas para reduzir o tempo de produção, modificações no desenho da linha de produção e melhora na sua organização física, desverticalização, just in time, círculos de qualidade, qualidade total, etc); **comercialização** (atividades relacionadas ao lançamento de produtos novos ou melhorados, incluindo a pesquisa de mercado, gastos em publicidade, métodos de entrega, etc); **capacitação, que** se refere ao treinamento de mão-de-obra relacionado com as atividades inovativas da empresa.

Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) - *compreende o trabalho criativo que aumenta o estoque de conhecimento, o uso do conhecimento objetivando novas aplicações, inclui a construção, desenho e teste de protótipos.*

Projeto industrial e desenho - *planos gráficos orientados para definir procedimentos, especificações técnicas e características operacionais necessárias para a introdução de inovações e modificações de produto ou processos necessárias para o início da produção.*

5. Sua empresa efetuou atividades de **treinamento e capacitação** de recursos humanos **durante os últimos três anos, 2000 a 2002?** Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Descrição	Grau de importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Treinamento na empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Treinamento em cursos técnicos realizados no arranjo	(0)	(1)	(2)	(3)
Treinamento em cursos técnicos fora do arranjo	(0)	(1)	(2)	(3)
Estágios em empresas fornecedoras ou clientes	(0)	(1)	(2)	(3)
Estágios em empresas do grupo	(0)	(1)	(2)	(3)
Contratação de técnicos/engenheiros de outras empresas do arranjo	(0)	(1)	(2)	(3)
Contratação de técnicos/engenheiros de empresas fora do arranjo	(0)	(1)	(2)	(3)
Absorção de formandos dos cursos universitários localizados no arranjo ou próximo	(0)	(1)	(2)	(3)
Absorção de formandos dos cursos técnicos localizados no arranjo ou próximo	(0)	(1)	(2)	(3)

BOX 3

Na literatura econômica, o conceito de aprendizado está associado a um processo cumulativo através do qual as firmas ampliam seus conhecimentos, aperfeiçoam seus procedimentos de busca e refinam suas habilidades em desenvolver, produzir e comercializar bens e serviços.

As várias formas de aprendizado se dão:

- *a partir de fontes internas à empresa, incluindo: aprendizado com experiência própria, no processo de produção, comercialização e uso; na busca de novas soluções técnicas nas unidades de pesquisa e desenvolvimento; e*

- a partir de **fontes externas**, incluindo: a interação com fornecedores, concorrentes, clientes, usuários, consultores, sócios, universidades, institutos de pesquisa, prestadores de serviços tecnológicos, agências e laboratórios governamentais, organismos de apoio, entre outros.
Nos APLs, o aprendizado interativo constitui fonte fundamental para a transmissão de conhecimentos e a ampliação da capacitação produtiva e inovativa das firmas e instituições.

6. Quais dos seguintes itens desempenharam um papel importante como **fonte de informação para o aprendizado, durante os últimos três anos, 2000 a 2002**? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa. Indicar a **formalização** utilizando 1 para formal e 2 para informal. Quanto à **localização** utilizar 1 quando localizado no arranjo, 2 no estado, 3 no Brasil, 4 no exterior. (Observe no Box 3 os conceitos sobre formas de aprendizado).

	Grau de importância				Formalização		Localização			
Fontes internas										
Departamento de P&D	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Área de produção	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Áreas de vendas e marketing, serviços de atendimento ao cliente	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Outros (especifique)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Fontes externas										
Outras empresas dentro do grupo	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Empresas associadas (<i>joint venture</i>)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Fornecedores de insumos (equipamentos, materiais)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Clientes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Concorrentes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outras empresas do Setor	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Empresas de consultoria	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Universidades e outros institutos de pesquisa										
Universidades	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Institutos de pesquisa	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Centros de capacitação profissional, de assistência técnica e de manutenção	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Instituições de testes, ensaios e certificações	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outras fontes de informação										
Licenças, patentes e <i>know-how</i>	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Conferências, seminários, cursos e publicações especializadas	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Feiras, exposições e lojas	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Encontros de lazer (clubes, restaurantes etc)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Associações empresariais locais (inclusive consórcios de exportações)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Informações de rede baseadas na Internet ou computador	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

BOX 4

O significado genérico de cooperação é o de trabalhar em comum, envolvendo relações de confiança mútua e coordenação, em níveis diferenciados, entre os agentes.

Em arranjos produtivos locais, identificam-se diferentes tipos de cooperação, incluindo a cooperação produtiva visando a obtenção de economias de escala e de escopo, bem como a melhoria dos índices de qualidade e produtividade; e a cooperação inovativa, que resulta na diminuição de riscos, custos, tempo e, principalmente, no aprendizado interativo, dinamizando o potencial inovativo do arranjo produtivo local. A cooperação pode ocorrer por meio de:

- intercâmbio sistemático de informações produtivas, tecnológicas e mercadológicas (com clientes, fornecedores, concorrentes e outros)
- interação de vários tipos, envolvendo empresas e outras instituições, por meio de programas comuns de treinamento, realização de eventos/feiras, cursos e seminários, entre outros
- integração de competências, por meio da realização de projetos conjuntos, incluindo desde melhoria de produtos e processos até pesquisa e desenvolvimento propriamente dita, entre empresas e destas com outras instituições

7. Durante os últimos três anos, **2000 a 2002**, sua empresa esteve envolvida em **atividades cooperativas**, formais ou informais, com outra (s) empresa ou organização? (observe no Box 4 o conceito de cooperação).

() 1.	Sim
() 2.	Não

8. Em caso afirmativo, quais dos seguintes agentes desempenharam **papel importante como parceiros, durante os últimos três anos, 2000 a 2002**? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa. Indicar a **formalização** utilizando 1 para formal e 2 para informal. Quanto a **localização** utilizar 1 quando localizado no arranjo, 2 no estado, 3 no Brasil, 4 no exterior.

Agentes	Importância				Formalização		Localização			
Empresas										
Outras empresas dentro do grupo	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Empresas associadas (<i>joint venture</i>)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Fornecedores de insumos (equipamentos, materiais, componentes e softwares)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Clientes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Concorrentes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outras empresas do setor	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Empresas de consultoria	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Universidades e institutos de pesquisa										
Universidades	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Institutos de pesquisa	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Centros de capacitação profissional de assistência técnica e de manutenção	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Instituições de testes, ensaios e	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

certificações										
Outros agentes										
Representação	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Entidades sindicais	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Órgãos de apoio e promoção	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Agentes financeiros	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

9. Qual a importância das seguintes **formas de cooperação realizadas durante os últimos três anos, 2000 a 2002, com outros agentes do arranjo?** Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Descrição	Grau de importância			
Compra de insumos e equipamentos	(0)	(1)	(2)	(3)
Venda conjunta de produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Desenvolvimento de produtos e processos	(0)	(1)	(2)	(3)
Design e estilo de produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacitação de recursos humanos	(0)	(1)	(2)	(3)
Obtenção de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Reivindicações	(0)	(1)	(2)	(3)
Participação conjunta em feiras etc	(0)	(1)	(2)	(3)
Outras (especificar)	(0)	(1)	(2)	(3)

10. Caso a empresa já tenha participado de alguma forma de cooperação com agentes locais, como **avalia os resultados das ações conjuntas já realizadas?** Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Descrição	Grau de importância			
Melhoria na qualidade dos produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Desenvolvimento de novos produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhoria nos processos produtivos	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhoria nas condições de fornecimento dos produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhor capacitação de recursos humanos	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhoria nas condições de comercialização	(0)	(1)	(2)	(3)
Introdução de inovações organizacionais	(0)	(1)	(2)	(3)
Novas oportunidades de negócios	(0)	(1)	(2)	(3)
Promoção de nome/marca da empresa no mercado nacional	(0)	(1)	(2)	(3)
Maior inserção da empresa no mercado externo	(0)	(1)	(2)	(3)
Outras (especificar)	(0)	(1)	(2)	(3)

11. Como resultado dos processos de treinamento e aprendizagem formais e informais, acima discutidos, **como melhoraram as capacitações da empresa.** Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Descrição	Grau de importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhor utilização de técnicas produtivas, equipamentos, insumos e componentes	(0)	(1)	(2)	(3)
Maior capacitação para realização de modificações e melhorias em produtos e processos	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhor capacitação para desenvolver novos produtos e processos	(0)	(1)	(2)	(3)
Maior conhecimento sobre as características dos mercados de atuação da empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhor capacitação administrativa	(0)	(1)	(2)	(3)

IV – ESTRUTURA, GOVERNANÇA E VANTAGENS ASSOCIADAS AO AMBIENTE LOCAL

BOX 5

Governança diz respeito aos diferentes modos de coordenação, intervenção e participação, nos processos de decisão locais, dos diferentes agentes — Estado, em seus vários níveis, empresas, cidadãos e trabalhadores, organizações não-governamentais etc. — ; e das diversas atividades que envolvem a organização dos fluxos de produção, assim como o processo de geração, disseminação e uso de conhecimentos.

Verificam-se duas formas principais de governança em arranjos produtivos locais. As hierárquicas são aquelas em que a autoridade é claramente internalizada dentro de grandes empresas, com real ou potencial capacidade de coordenar as relações econômicas e tecnológicas no âmbito local.

A governança na forma de “redes” caracteriza-se pela existência de aglomerações de micro, pequenas e médias empresas, sem grandes empresas localmente instaladas exercendo o papel de coordenação das atividades econômicas e tecnológicas. São marcadas pela forte intensidade de relações entre um amplo número de agentes, onde nenhum deles é dominante.

1. Quais são as principais **vantagens que a empresa tem por estar localizada no arranjo**? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Externalidades	Grau de importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Disponibilidade de mão-de-obra qualificada	(0)	(1)	(2)	(3)
Baixo custo da mão-de-obra	(0)	(1)	(2)	(3)
Proximidade com os fornecedores de insumos e matéria-prima	(0)	(1)	(2)	(3)
Proximidade com os clientes/consumidores	(0)	(1)	(2)	(3)
Infra-estrutura física (energia, transporte, comunicações)	(0)	(1)	(2)	(3)
Proximidade com produtores de equipamentos	(0)	(1)	(2)	(3)
Disponibilidade de serviços técnicos especializados	(0)	(1)	(2)	(3)
Existência de programas de apoio e promoção	(0)	(1)	(2)	(3)
Proximidade com universidades e centros de pesquisa	(0)	(1)	(2)	(3)
Outra (citar)	(0)	(1)	(2)	(3)

2. Quais as principais **transações comerciais que a empresa realiza localmente** (no município ou região)? Favor indicar o grau de importância atribuindo a cada forma de capacitação utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Tipos de transações	Grau de importância			
Aquisição de insumos e matéria-prima	(0)	(1)	(2)	(3)
Aquisição de equipamentos	(0)	(1)	(2)	(3)
Aquisição de componentes e peças				
Aquisição de serviços (manutenção, marketing etc.)	(0)	(1)	(2)	(3)
Vendas de produtos	(0)	(1)	(2)	(3)

3. Qual a importância para a sua empresa das seguintes **características da mão-de-obra local**? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Características	Grau de importância			
Escolaridade formal de ensino fundamental e médio	(0)	(1)	(2)	(3)
Escolaridade em nível superior e técnico	(0)	(1)	(2)	(3)
Conhecimento prático e/ou técnico na produção	(0)	(1)	(2)	(3)
Disciplina	(0)	(1)	(2)	(3)
Flexibilidade	(0)	(1)	(2)	(3)
Criatividade	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidade para aprender novas qualificações	(0)	(1)	(2)	(3)
Outros. Citar:	(0)	(1)	(2)	(3)

4. A empresa atua como subcontratada ou subcontratante de outras empresas, através de contrato ou acordo de fornecimento regular e continuado de peças, componentes, materiais ou serviços? Identifique o porte das empresas envolvidas assinalando 1 para micro e pequenas empresas e 2 para grandes e médias empresas.

4.1 Sua empresa mantém relações de subcontratação com outras empresas ?

(1) Sim	(2) Não
-----------	-----------

Caso a resposta seja negativa passe para a questão 7

4.2 Caso a resposta anterior seja afirmativa, identifique:

Sua empresa é:	Porte da empresa subcontratante	
Subcontratada de empresa local	(1)	(2)
Subcontratada de empresas localizada fora do arranjo	(1)	(2)
	Porte da empresa subcontratada	
Subcontratante de empresa local	(1)	(2)
Subcontratante de empresa de fora do arranjo	(1)	(2)

5. Caso sua empresa seja **subcontratada**, indique o **tipo de atividade** que realiza e a **localização** da empresa subcontratante: 1 significa que a empresa não realiza este tipo de atividade, 2 significa que a empresa realiza a atividade para uma subcontratante localizada dentro do arranjo, e 3 significa que a empresa realiza a atividade para uma subcontratante localizada fora do arranjo.

Tipo de atividade	Localização		
	(1)	(2)	(3)
Fornecimentos de insumos e componentes	(1)	(2)	(3)
Etapas do processo produtivo (montagem, embalagem etc.)	(1)	(2)	(3)
Serviços especializados na produção (laboratoriais, engenharia, manutenção, certificação etc.)	(1)	(2)	(3)
Administrativas (gestão, processamento de dados, contabilidade, recursos humanos)	(1)	(2)	(3)
Desenvolvimento de produto (<i>design</i> , projeto etc.)	(1)	(2)	(3)
Comercialização	(1)	(2)	(3)
Serviços gerais (limpeza, refeições, transporte etc.)	(1)	(2)	(3)

6. Caso sua empresa seja **subcontratante** indique o **tipo de atividade** e a **localização** da empresa subcontratada: 1 significa que a empresa não realiza este tipo de atividade, 2 significa que sua empresa subcontrata esta atividade de outra empresa localizada dentro do arranjo, e 3 significa que sua empresa subcontrata esta atividade de outra empresa localizada fora do arranjo.

Tipo de atividade	Localização		
	(1)	(2)	(3)
Fornecimentos de insumos e componentes	(1)	(2)	(3)
Etapas do processo produtivo (montagem, embalagem etc.)	(1)	(2)	(3)
Serviços especializados na produção (laboratoriais, engenharia, manutenção, certificação etc.)	(1)	(2)	(3)
Administrativas (gestão, processamento de dados, contabilidade, recursos humanos)	(1)	(2)	(3)
Desenvolvimento de produto (<i>design</i> , projeto etc.)	(1)	(2)	(3)
Comercialização	(1)	(2)	(3)
Serviços gerais (limpeza, refeições, transporte etc)	(1)	(2)	(3)

7. Como a sua empresa avalia a contribuição de sindicatos, associações, cooperativas, locais no tocante às seguintes atividades: Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Tipo de contribuição	Grau de importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Auxílio na definição de objetivos comuns para o arranjo produtivo	(0)	(1)	(2)	(3)
Estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica	(0)	(1)	(2)	(3)
Disponibilização de informações sobre matérias-primas, equipamento, assistência técnica, consultoria etc.	(0)	(1)	(2)	(3)

Identificação de fontes e formas de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Promoção de ações cooperativas	(0)	(1)	(2)	(3)
Apresentação de reivindicações comuns	(0)	(1)	(2)	(3)
Criação de fóruns e ambientes para discussão	(0)	(1)	(2)	(3)
Promoção de ações dirigidas à capacitação tecnológica de empresas	(0)	(1)	(2)	(3)
Estímulo ao desenvolvimento do sistema de ensino e pesquisa local	(0)	(1)	(2)	(3)
Organização de eventos técnicos e comerciais	(0)	(1)	(2)	(3)

V – POLÍTICAS PÚBLICAS E FORMAS DE FINANCIAMENTO

1. A empresa **participa ou tem conhecimento sobre algum tipo de programa** ou ações específicas para o segmento onde atua, promovido pelos diferentes âmbitos de governo e/ou instituições abaixo relacionados?

Instituição/esfera governamental	1. Não tem conhecimento	2. Conhece, mas não participa	3. Conhece e participa
Governo federal	(1)	(2)	(3)
Governo estadual	(1)	(2)	(3)
Governo local/municipal	(1)	(2)	(3)
Sebrae	(1)	(2)	(3)
Outras instituições	(1)	(2)	(3)

2. Qual a sua **avaliação dos programas ou ações específicas** para o segmento onde atua, promovido pelos diferentes âmbitos de governo e/ou instituições abaixo relacionados:

Instituição/esfera governamental	1. Avaliação positiva	2. Avaliação negativa	3. Sem elementos para avaliação
Governo federal	(1)	(2)	(3)
Governo estadual	(1)	(2)	(3)
Governo local/municipal	(1)	(2)	(3)
Sebrae	(1)	(2)	(3)
Outras instituições	(1)	(2)	(3)

3. Quais **políticas públicas** poderiam contribuir para o aumento da eficiência competitiva das empresas do arranjo? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Ações de política	Grau de importância			
Programas de capacitação profissional e treinamento técnico	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhorias na educação básica	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas de apoio a consultoria técnica	(0)	(1)	(2)	(3)
Estímulos à oferta de serviços tecnológicos	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas de acesso à informação (produção, tecnologia, mercados etc.)	(0)	(1)	(2)	(3)
Linhas de crédito e outras formas de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)

Incentivos fiscais	(0)	(1)	(2)	(3)
Políticas de fundo de aval	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas de estímulo ao investimento (venture capital)	(0)	(1)	(2)	(3)
Outras (especifique):	(0)	(1)	(2)	(3)

4. Indique os principais obstáculos que limitam o acesso da empresa às fontes externas de financiamento. Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para a sua empresa.

Limitações	Grau de importância			
Inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades da empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Dificuldades ou entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes	(0)	(1)	(2)	(3)
Exigência de aval/garantias por parte das instituições de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Entraves fiscais que impedem o acesso às fontes oficiais de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Outras (especifique):	(0)	(1)	(2)	(3)